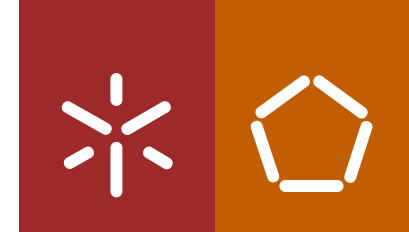


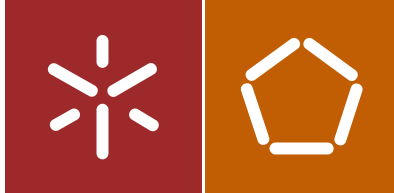


Virginia Hellena Viana Cardoso

Contributos do Design para intervenção social na criação e desenvolvimento de produtos artesanais têxteis. Estudos de caso: “As Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de Bucos”

Universidade do Minho
Escola de Engenharia





Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Virginia Hellen Viana Cardoso

Contributos do Design para intervenção social
na criação e desenvolvimento de produtos
artesanais têxteis. Estudos de caso: “As
Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de
Bucos”

Dissertação de Mestrado
Ciclo de Estudos Integrados Conducentes ao
Grau de Mestre em Design e Marketing de Produtos Têxtil,
Vestuário e Acessórios

Trabalho efectuado sob a orientação do
Professora Doutora Ana Cristina Luz Broega e
Professora Doutora Maria Paula Trigueiros da S. Cunha

DECLARAÇÃO

Nome: Virginia Hellena Viana Cardoso

Endereço eletrónico: virginiavianadesigner@gmail.com Telefone: +351935345503

Passaporte: FK834345

Título da dissertação: Contributos do Design para intervenção social na criação e desenvolvimento de produtos artesanais têxteis. Estudos de caso: “As Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de Bucos”

Orientadores:

Professora Doutora Ana Cristina Luz Broega

Professora Doutora Maria Paula Trigueiros da Silva Cunha

Ano de conclusão: 2019

Mestrado em Design e Marketing de Produtos Têxtil, Vestuário e Acessórios

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA TESE/TRABALHO.

Universidade do Minho, 30 de Janeiro de 2019

Assinatura:



DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, 30 de Janeiro de 2019

Assinatura:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Inês Almeida Costa'.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter-me dado força e coragem para sair do meu país com toda minha família e voltar a estudar;

Ao meu marido Joesito Brilhante pelo apoio incondicional, aos meus filhos Enzo Viana Brilhante e Luna Viana Brilhante, pelas horas que deixei de dedicar a eles, para dedicar aos estudos;

A minha mãe Albaniza pela força, apoio e incentivo em todos os sentidos, as minhas irmãs Anna Virginia e Kátia Virginia pelo apoio nos momentos de dúvidas e desânimo;

Ao meu pai em memória;

Agradeço aos amigos que me ajudaram, desde a minha chegada em Portugal, aos dias em que ficavam com as crianças para que eu pudesse assistir aulas, aos que dedicaram tempo para ler meu trabalho, ouvir minhas dúvidas, meus sinceros agradecimentos Iara Braga, Artemísia Caldas, Raquel Campos, Lívia Laura e Marcelo, Lívia e Shafagh, Juliana Cruz, Letícia e Lucas, Gizele, Jeane;

As minhas orientadoras Paula Trigueiros e Ana Cristina Broega, pelo apoio, troca de conhecimentos e empenho nessa caminhada.

RESUMO

Esta pesquisa apresenta um olhar sobre questões relacionadas com as intervenções dos *designers* em grupos de produção têxtil artesanal e tem como proposta analisar dois grupos portugueses e um grupo brasileiro que desenvolvem trabalhos artesanais com a interferência do *design*. No intuito de lançar luzes sobre esse questionamento, o estudo tem como objetivo geral analisar, conhecer e comparar intervenções e contributos do *design* na criação e desenvolvimento de produtos artesanais de base têxtil, respeitando aspetos culturais e económicos de uma região, e fomentando a sustentabilidade socioeconómica de grupos socialmente desfavorecidos. O referencial teórico iniciou-se com os conceitos de artesanato tradicional, contemporâneo ou urbano, o artesanato têxtil português e, para finalizar, as intervenções do *design* na criação e desenvolvimento do produto artesanal em Portugal e no Brasil. Foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre 3 grupos selecionados, as quais prepararam o contacto pessoal com os mesmos. O percurso metodológico partiu de uma abordagem qualitativa para a recolha e análise dos dados, que foram realizadas com recurso a entrevistas com questionário semiestruturado diretamente aplicadas aos artesãos e aos *designers* que trabalhavam com os grupos. As conclusões indicam que o sucesso da forma como essas intervenções são realizadas está diretamente relacionado com os interesses dos grupos, ou seja, quando o trabalho com o artesanato é assumido como profissão, quando a formação do grupo é realizada de forma espontânea, há mais possibilidades de o grupo continuar ativo para além do tempo de vigência dos projetos e financiamentos associados àquelas formas de intervenção do *design*.

Há ainda muito a estudar sobre o assunto, como se trata de uma pesquisa de cunho social, ela está em constante movimento, devendo ser pesquisada constantemente.

Palavras-Chave: Artesanato, Design, Têxtil, Intervenção Social.

ABSTRACT

This research gives an insight into matters relating to the interventions of the designers in artisanal textile production groups and aims to analyze two portuguese groups and one Brazilian group that develop handicraft textiles with the interference of the design. With the intention of shedding light on this questioning, the study has as general objective to analyze, to know and to compare interventions and contributions of the design in the creation and development of handmade products of textile base, respecting cultural and economic aspects of a region, and promoting the socio-economic sustainability of socially disadvantaged groups. The theoretical reference began with the concepts of traditional, contemporary or urban handicrafts, the portuguese textile handicraft and, finally, the design interventions in the creation and development of the handicraft product in Portugal and Brazil. Literature searches were conducted on three selected groups, which prepared the personal contact with them. The methodological approach was based on a qualitative approach and also on the use of ethnographic tools for data collection and analysis, which were performed using semistructured questionnaires directly applied to the artisans and designers who worked with the groups. The conclusions indicate that the success of the way these interventions are performed is directly related to the interests of the groups, that is, when the work with the handicraft is assumed as a profession, when the formation of the group is carried out spontaneously, there is a greater possibility that the group will remain active beyond the time of effectiveness of the projects and financing associated with those forms of design intervention.

There is still much to study on the subject, as it is a social research, it is in constant motion and should be constantly searched.

Keywords: Crafts, Design, Textile, Social Intervention.

ÍNDICE

Agradecimentos	v
Resumo.....	vi
Abstract	vii
Lista de Figuras	x
Lista de Tabelas	xiii
Glossários	xiv
1. Introdução.....	1
1.1. Objetivos do Trabalho	3
1.2. Metodologia	3
1.3. Motivação.....	4
1.4. Estrutura da Dissertação	5
2. Estado da Arte.....	6
2.1. Inovação Social e o Design	6
2.2. Artesanato Tradicional	10
2.3. Projeto Integrado de Intervenção e Inovação no <i>Design</i>	10
2.4. Artesanato Contemporâneo ou Urbano	11
2.5. <i>Design</i> e Artesanato	14
2.6. O Artesão/Artesanato e sua Relação com o <i>Designer/Design</i>	16
2.6.1. Tecelagem.....	18
2.6.2. Bordado	23
2.6.3. A Renda.....	26
2.7. Artesanato com Referência Cultural	31
3. Trabalho empírico.....	35
3.1. Metodológico de Trabalho	35

3.2. Representação Gráfica dos Esquemas de Análise.....	38
3.3. Etapas do Processo em Análise	41
3.4. Trabalho de Campo	42
4. Apresentação e tratamento de resultados.....	44
4.1. Contexto do Projeto PRA-ITA	44
4.2. Estudos de Caso.....	55
4.2.1. Caso 1: As Capuchinhas de Montemuro.....	55
4.2.2. Caso 2: Mulheres de Bucos.....	76
4.3. Estudo Comparativo entre os Processos de Intervenção	86
4.3.1. Análise dos processos de intervenção do <i>design</i> com investimento social.....	86
4.3.2. Análise dos processos com motivação exclusivamente comercial	89
4.3.3. Processos de intervenção com investimento social x Processos com investimento comercial.	91
Troca de conhecimento técnico	91
Participação conjunta na criação do produto.....	91
Ganho com a comercialização	91
Melhoria social para o grupo	91
4.3.5. Processo de intervenção com investimento social	96
4.3.6. Processos de intervenção com motivação exclusivamente comercial	98
5. Conclusão e perspectivas futuras.....	101
5.1. Conclusão	101
5.2. Perspetivas Futuras	104
Bibliografia	105
Anexo I: Guião de Entrevista aos Artesãos	108
Anexo II: Guião de Entrevista aos <i>Designers</i>	113

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo espiral Murray.....	8
Figura 2 - Bordado de Guimarães.....	11
Figura 3 – Pastor António Correia com o seu cão [1930-1940].	19
Figura 4 - Mantas da Serra da Estrela	20
Figura 5 - Tecelagem de Almalaguês.....	22
Figura 6 - Bordado Rico	24
Figura 7 - Lenço dos Namorados 1.....	26
Figura 8 - Renda de bilros.....	28
Figura 9 - Filé de Felgueiras, teia.....	29
Figura 10 - Filé de Felgueiras, moldura	30
Figura 11 - paisagem do lugar de Inhamuns (coluna da esquerda); colagem com representação das casas criadas pelas artesãs (coluna da direita)	33
Figura 12 - Primeira imagem das fotos da paisagem do lugar, segunda foto colagem das artesãs, com representação das casas, terceira foto resultado dos trabalhos.	33
Figura 13 - Representação da ausência da ação (de capacitação por exemplo)	39
Figura 14 - Legenda dos gráficos.....	39
Figura 15 - Responsável pela ação: o artesão	39
Figura 16 - Descrição da ação.....	40
Figura 17 - Produto sem referências da cultura local e autoria.....	40
Figura 18 - Estendal de Bordados a secar.	45
Figura 19 - Homem bordando em Itapajé (filho e genro de D. Eronildes artesã).....	46
Figura 20 - Bordado com morangos da artesã Rosa	48
Figura 21 - Capa do catálogo de produtos de Itapajé	49
Figura 22 - Produtos de Itapajé depois e antes do projeto PRA-ITA.....	50
Figura 23 - Processo de trabalho do projeto PRA-ITA.....	52
Figura 24 - Jaqueta Capuchinhas.....	55
Figura 25 - Capucha confeccionada em burel.....	56
Figura 26 - Casaco de tecelagem e malha de lã	57
Figura 27 - Casaco em Burel	58

Figura 28 - Peça em Burel com apliques	58
Figura 29 - Placas de sinalização	60
Figura 30 - Loja sede das Capuchinhas.....	61
Figura 31 - Bolsas, chapéus do grupo Capuchinhas	62
Figura 32 - Teares e as integrantes da Cooperativa Capuchinhas	63
Figura 33 - Maquinário para montagem das peças	63
Figura 34 - Foto designer Helena Cardoso	64
Figura 35 - Esquema de intervenção da designer Helena Cardoso nas Capuchinhas	66
Figura 36 - Foto do designer João Nunes	67
Figura 37 - Esquema de intervenção do <i>designer</i> João Nunes	68
Figura 38 - Foto da designer Paula Caria.....	69
Figura 39 - Esquema de intervenção da designer Paula Caria	72
Figura 40 - Foto do designer Filipe Faísca	72
Figura 41 - Esquema de intervenção do designer Filipe Faísca	74
Figura 42 - Esquema de intervenção da <i>designer</i> Vânia Campos	75
Figura 43 - Capucha desenvolvida com Vânia Campos.....	75
Figura 44 - Designer Helena Cardoso	77
Figura 45 - Capa do Livro Mulheres de Bucos	77
Figura 46 - Produtos das Mulheres de Bucos.....	78
Figura 47 - Produtos feitos antes da intervenção da designer	79
Figura 48 - Grupo Mulheres de Bucos.....	79
Figura 49 - Meia de lã.....	80
Figura 50 - Almofada com fitas de tecido	81
Figura 51 - Casa da Lã.....	82
Figura 52 - Parte interna da Casa da Lã.....	82
Figura 53 - objetos e artesã a fiar.....	83
Figura 54 - Almofada em tecido artesanal Mulheres de Bucos	84
Figura 55 - Releitura da luva tradicional utilizada nas serras.	85
Figura 56 - Manta tecido artesanal Mulheres de Bucos desenvolvida com a designer	85
Figura 57 - Processo designer Helena Cardoso com o grupo das Mulheres de Bucos	86
Figura 58 - Esquema comparativo entre as intervenções com investimento social	87

Figura 59 - Esquema comparativo entre as intervenções com investimento comercial..... 90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise dos processos de intervenções do design nos grupos de artesanatos que tiveram investimento social.	88
Tabela 2: Análise dos processos de intervenções do design nos grupos de artesanatos que tiveram investimento comercial.	90
Tabela 3: Diferença entre Processos de intervenção do designer no artesanato: com investimento social x com investimento comercial	91
Tabela 4: Análise dos processos de intervenções com referência no modelo do autor Martins, F. <i>et al.</i> (2012)	92

GLOSSÁRIOS

Cardar – Processo de preparação para a fiação de fibras que objetiva a individualização das fibras por meio de órgão com puas metálicas.

Dobadoira - Dispositivo giratório de madeira com quatro braços dispostos em cruz, nos quais se coloca a meada de fio para ser dobrada em novelos.

Dobar - Transformar a meada em novelo.

Ensarilhar - Transferir o fio do fuso para a meada.

Esgadelhar - Abrir as mechas de lã com os dedos, removendo impurezas.

Feltrar - Processo de compactação das fibras de lã, através da ação da água, calor e movimento.

Fiar - Transformar as fibras soltas de lã em fio.

Fuso - Instrumento de madeira de forma cilíndrica que termina numa rosca na parte superior e que é utilizado para fiar fio.

Velo – é o manto de lã obtido logo a pós a tosquia da ovelha.

Lã Ludra - A lã suja tal como foi tosquiada da ovelha.

Lanolina - Gordura natural presente na lã de ovelha.

Maçaroca - A lã acumulada no fuso durante a fase de fiação

Mainça - A rosca da parte superior do fuso.

Manelo- Conjunto das duas pastas de lã cardada que resulta do processo de cardar, e que é colocado na roca para ser fiado.

Meada - Porção de fio enrolado no sarilho.

Pasta - Lã cardada pronta a fiar.

Roca - Instrumento composto por um cabo central, de cerca de um metro de comprimento, encimado por peças de cana flexíveis dispostas em arco e presas em ambas as extremidades, que suporta a pasta ou manelo de lã que se pretende fiar.

Sarilho - Dispositivo giratório de madeira com quatro braços dispostos em cruz, para o qual se transfere a lã do fuso, transformando-a em meadas.

Tosquiar – Ato de cortar a lã da ovelha.

Torcer - Juntar dois cabos de fios que foram fiados separadamente, torcendo-os juntos num só fio.

1. INTRODUÇÃO

A formação de *designer* proporciona experiências diversas no desenvolvimento de produto diversificado e o envolvimento com outras profissões que dialogam entre si. Nesse percurso de atuação profissional, que colabora para a elaboração de trabalhos que possam ser aplicados à intervenção do *design*, é percebida a necessidade da composição dessa parceria.

No que concerne à percepção da relação entre *designer* e artesão, cuja temática tem como foco principal os contributos do *Design* para a intervenção social na criação e desenvolvimento de produtos artesanais têxteis, o estudo propõe-se a investigar o modo como os *designers* portugueses trabalham a intervenção do artesanato em Portugal, como é realizada e de que forma os grupos aceitam as intervenções.

Esse contexto emerge por se compreender a importância da relação entre *designer* e artesão, por se entender que muitos produtos artesanais usam materiais e técnicas interessantes, sustentáveis, culturalmente relevantes, contudo, mesmo possuindo todos esses atributos, ainda assim não ocasionam desejo de consumo, perdem público. Em alguns casos até conseguem despertar nos consumidores esse desejo, no entanto, não têm uma distribuição adequada dos seus produtos.

Muitos artesãos têm conhecimentos no que concerne ao modo como usam materiais e técnicas, sabem fazer bem os seus produtos, transmitem os seus conhecimentos, tradições e cultura de geração em geração, mas não vivem bem, não estão organizados, não conseguem vender e não têm no artesanato o seu sustento.

Na criação e inovação de produtos realizadas pelo *design*, há uma crescente busca por artigos, materiais, técnicas genuínas, originais, com história e tradição. Há também a busca pela mão-de-obra qualificada, que saiba fazer e trabalhar esses materiais de forma única, artesanal.

Em várias regiões em Portugal e no Brasil, como também em outros países, há várias pessoas que se encontram desempregadas e em situação de exclusão social, possuindo ou não o domínio de técnicas artesanais, que podem beneficiar com novas competências no que respeita à realização de trabalhos artesanais.

Há um grande número de projetos que pretendem juntar estas necessidades e oportunidades, com fins comerciais e outros, destinados a promover a capacitação e a inclusão; que manifestam várias formas de intervenção social do *Design*, com a criação de novos produtos e/ou a transformação de produtos existentes, a partir dos conhecimentos, dos materiais e das pessoas. Esse trabalho é desenvolvido em comunidades muitas vezes em situação de risco e tem como objetivo promover uma transformação das condições de vida das pessoas, a partir da inovação nos produtos, realizada pelo *designer*.

Assim, neste trabalho, através das vivências pessoais anteriores, de intervenção como *designer* no produto artesanal de base têxtil, surgiu o interesse no aprofundamento de conceitos e técnicas para a realização de intervenção do *design* no produto artesanal através de um estudo de caso em localidades situadas no norte de Portugal, em dois grupos específicos: na Aldeia do Campo Benfeito em Castro Daire, no distrito de Viseu, formado por cinco mulheres que trabalham com tecelagem artesanal desde 1987 e o outro grupo, em Bucos, pequena freguesia de Cabeceiras de Basto, na Serra da Cabreira, formado por oito mulheres que trabalham em teares manuais na produção de artigos de têxtil lar, desde 2005.

O estudo partiu de duas problemáticas: dos métodos utilizados por *designers* na intervenção do processo criativo e no desenvolvimento do produto artesanal e das semelhanças e diferenças dos projetos. Com o intuito de perceber esse questionamento, a pesquisa teve como objetivo geral analisar, conhecer e comparar intervenções e contributos do *design* na criação e desenvolvimento de produtos “artesaniais” de base têxtil, respeitando aspetos culturais e económicos de uma região, fomentando a sustentabilidade socioeconómica de grupos socialmente desfavorecidos.

Sabendo-se que as intervenções não se apresentam de modo linear, buscou-se uma reflexão baseada na dialética, uma vez que ela permite que se considere a ação recíproca entre os elementos observados, do *designer* e do artesão, a constância do movimento que os envolve.

O referencial teórico pautou-se nas teorias sobre os conceitos de artesanato tradicional, contemporâneo ou urbano, inovação social, o artesão/artesanato e a sua relação com o *designer/design*, artesanato de referência cultural, alguns exemplos do artesanato têxtil

português, e, por fim, as intervenções do *design* na criação e desenvolvimento do produto artesanal em Portugal.

A investigação parte do estudo de caso com os grupos artesanais “As Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de Bucos”. O PRA-ITA, um projeto realizado no estado do Ceará, Brasil, teve como *designer* no projeto a autora deste estudo. Desta forma, a experiência profissional da autora no referido projeto serviu de referência para a análise dos resultados adquiridos neste estudo.

1.1. Objetivos do Trabalho

O presente trabalho tem como objetivo geral conhecer e comparar intervenções e contributos do design na criação e desenvolvimento de produtos artesanais de base têxtil, respeitando aspetos culturais e económicos de uma região, fomentando a sustentabilidade socioeconómica de grupos socialmente desfavorecidos.

Para concretizar o objetivo geral deste trabalho é necessário alcançar-se alguns objetivos específicos. Assim torna-se necessário:

- Pesquisar e identificar alguns projetos e métodos utilizados por designers na intervenção do processo criativo e no desenvolvimento do produto “artesanal”;
- Caracterizar os métodos e conceitos numa análise comparativa dos projetos anteriormente selecionados;
- Refletir sobre os resultados da aplicação desses métodos aos grupos artesanais.

1.2. Metodologia

A fim de explorar a problemática em questão e compreender os seus desdobramentos, levando em conta as relações que se estabelecem entre a teoria e a prática, o trabalho foi desenvolvido a partir do seguinte percurso metodológico.

Partiu-se de uma abordagem exploratória de bibliográfica de enquadramento da temática, seguido de uma investigação qualitativa por estudo de caso para a recolha e análise dos

dados, que foram realizadas com recurso a entrevistas em questionário semiestruturado diretamente aplicadas aos artesãos e aos designers dos casos em estudo.

Em seguida os dados coletados foram analisados, partindo da criação de esquemas que representasse as intervenções dos designers, foram criadas também tabelas para comparação dos dados que foram divididos de acordo com o investimento financeiro, se comercial ou social. Chegando assim as conclusões e perspectivas futuras.

1.3. Motivação

O envolvimento da pesquisadora com o artesanato teve início desde a sua infância, neta e sobrinha de bordadeiras que residiam no interior do estado do Ceará, que a levaram desde o início da sua vida profissional de designer de moda, a desenvolver um olhar especial para o artesanato. Ainda no período em que frequentava a Faculdade (Faculdade Federal do Ceará), no curso de Bacharelado em Estilismo e Moda, iniciou os seus primeiros trabalhos com projetos de artesanato. A sua intervenção nos produtos artesanais dava-se de forma intuitiva buscando contactos com as pessoas que trabalhavam com esses grupos de artesãos.

Após ter trabalhado com projetos apoiados pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Ceart (Centro Estadual de Arte), órgão que trabalha com o artesanato no estado do Ceará no Brasil, surgiu a oportunidade de trabalhar num projeto em parceria com *designers* de moda na inserção do design em algumas localidades do Nordeste Brasileiro. A pesquisadora fez parte do grupo de trabalho com artesãos em Itapajé/Ce, que tinha como *designer* o renomado Walter Rodrigues. A técnica utilizada por Walter Rodrigues, foi o ponto cruz. O grande desafio foi utilizar esta técnica em superfícies da malha que a qualquer momento poderia desfiar. Esta experiência levou pesquisadora a refletir sobre como deveria ser feita essa intervenção, e sobre outras questões como por exemplo, como deveria ser conduzido esse trabalho junto aos artesãos. Foi ainda convidada a participar num projeto na mesma cidade Itapajé, o PRA-ITA que tinha como coordenadora (NOME) uma profissional com muita experiência em trabalhos artesanais e em curadoria de museus com acervos para retratar a cultura popular e esta experiência levou a pesquisadora

a obter uma visão diferenciada de como realizar uma intervenção do design no artesanato, motivo mais que suficiente para levar a pesquisadora a fazer este estudo.

1.4. Estrutura da Dissertação

Esta dissertação encontra-se estruturada em quatro capítulos. Assim a dissertação inicia-se com o presente capítulo introdutório, onde se expõem a pertinência do estudo, os objetivos do trabalho, metodologia, motivação para trabalhar e a estrutura da dissertação.

No segundo capítulo, intitulado estado da arte, abordam-se conceitos teóricos do artesanato, inovação social e o *design*, alguns exemplos do artesanato têxtil português, divididos em tecelagem, bordados e rendas. A partir dos caminhos teóricos no capítulo percorridos, ao longo dos assuntos estudados, segue-se rumo ao capítulo três intitulado: trabalho empírico, em que consta os procedimentos metodológicos, representação gráfica dos esquemas de análise, etapas de processos em análise e o trabalho de campo. Apresentação e tratamento dos resultados, no capítulo quatro expõe todas as informações sobre as entrevistas e dados coletados no trabalho de campo, complementados com os dados da exploração bibliográfica em forma de (dois) estudos de caso. O quinto e último capítulo comporta as conclusões e as perspectivas futuras.

Esta dissertação contém ainda dois anexos e apresenta a bibliográfica que serve de suporte ao desenvolvimento deste trabalho segundo as regras de formatação do sistema de referência Harvard 2017.

2. ESTADO DA ARTE

2.1. Inovação Social e o Design

Neste capítulo disserta-se sobre Inovação social, que poderá ser consequência ou não da intervenção do *designer* no produto, desta forma, alguns autores abordam essa ligação, melhoria de produto, melhoria de vida.

Os *designers*, aliados a instituições financiadoras que têm como objetivo retirar as pessoas da situação de risco, têm-se engajado cada vez mais para atingir esses objetivos, com o intuito de mudar a vida das pessoas através da produção de produtos, utilizando conceitos fundamentais da inovação social e do *design*, sendo esses conceitos estratégicos usados para superar os desafios da sociedade, o termo deriva da compreensão do significado dos conceitos de inovação (Josyane, 2018).

A Inovação Social é considerada como um processo aberto, que tem como objetivo a qualidade de vida das pessoas, através de ferramentas de inovação, essas novas ideias ocasionam melhoria de vida das pessoas e o *designer* tem ferramentas de inovação que têm a possibilidade de ocasionar a inovação social, para gerar resultados nos seus projetos, além de buscar outras metodologias que complementem as suas aspirações (Murray, 2010).

Os autores dissertam sobre dois tipos de inovação, nomeadamente uma mais simples e nem sempre com criações inéditas, mas que promovam melhoria de vida, refere-se às inovações incrementais. Há também as inovações radicais, que são de impacto mais aprofundado, que mudam padrões promovendo novas possibilidades e a mesma melhoria de vida (João, 2014, Manzini, 2013, Chaves e Fonseca, 2016).

A inovação incremental desenvolve-se por meio de melhorias dentro da forma de pensar e fazer, obtidas através da aprendizagem prática, que podem ser sugeridas por consumidores, técnicos e usuários. São incorporadas paulatinamente no dia-a-dia das pessoas, promovendo um *redesign*, ocorrendo a melhoria dos padrões anteriormente utilizados (Manzini, 2013, Lucca e Daros, 2017).

Algumas definições de autores sobre a inovação social referenciada pelo *design*, tanto no campo da inovação social como no pensamento projetual do *design*, são descritas com o objetivo de teorizar e levantar hipóteses para embasar teoricamente a análise dos resultados.

Lawson (2011) relata que o pensamento projetual é feito em ciclos de avanços, retrocessos e deslocamentos do pensamento num fluxo cíclico e interativo do pensamento. Nesse movimento é fácil de se perceber que a recolha de dados e informações é contínua e a retroalimentação das análises é constante e, dessa forma, aparecem linhas paralelas de pensamentos. Conclui que o percurso projetual não é e não pode ser percebido como um esquema fechado e linear de decisões, ele encontra-se em constante mudança, compondo um sistema permeável.

É impraticável definir uma trajetória padrão para o processo do *design*, bem como estabelecer um caminho padrão a ser seguido para esse referido processo. O percurso a seguir encontra problemas e soluções difusas, na medida em que, às vezes, não é possível compreender-se os problemas sem se experimentar e visualizar soluções (Van Der Have e Rubalcaba, 2016).

Entender o pensamento linear, para alguns autores, depende da natureza da inovação, o resultado final muitas vezes é diferente daquele imaginado originalmente, de forma que novos *insights* ocorrem, novas interações ocorrem de forma circular e alteram a inovação, conforme Murray (2010), que mostra o modelo em espiral, que tem uma linguagem comum para o pensamento e apoio da inovação sistemática. Isso pode ser observado no modelo espiral de Murray, na Figura 1:

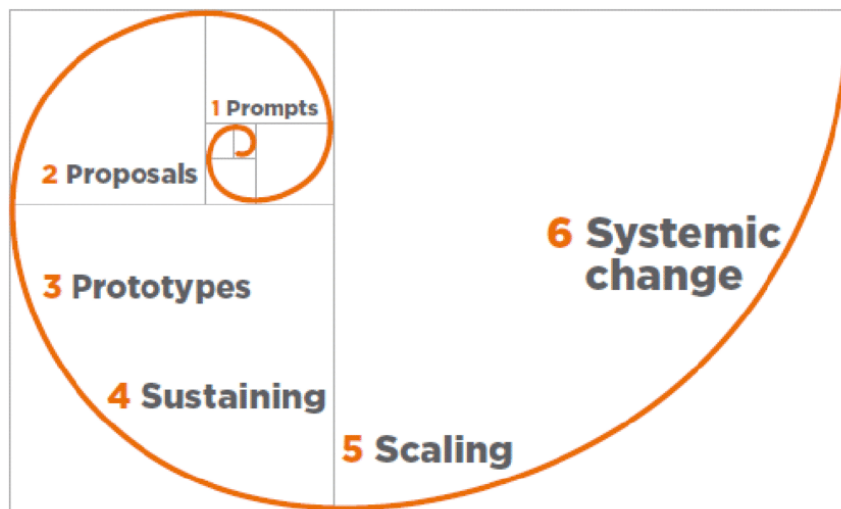


Figura 1 - Modelo espiral Murray
Fonte: Murray et al., 2010, p. 11

O modelo é formado por seis estágios, que desenvolvem a inovação social, os quais serão descritos a seguir. Este modelo utiliza ferramentas de inovação que se desenvolvem através da junção criativa de métodos e experimentações, circulando do topo até à base.

1. Estímulos, inspirações, diagnósticos: a inovação parte de uma ideia, que é motivada por experiências vividas, necessidades próprias ou levantadas após um diagnóstico. Nesse primeiro estágio é realizada a recolha de dados, a visualização das necessidades e a pesquisa que explore intensamente o problema para o reconhecer e contextualizá-lo. Os métodos participativos que envolvem as pessoas envolvidas são eficazes durante todos os estágios, mas têm particular importância nessa etapa que irá levantar informações iniciais para direcionar as outras etapas, as pessoas passam a fazer parte do processo e sentem-se particularmente responsáveis, motivando, por conseguinte, a sua participação. Nesse sentido, destaca-se o sistema de *feedback*, pesquisa-ação que proporciona um relacionamento colaborativo e interativo entre “investigador” e “pesquisado”, pensamento sistémico que utiliza as conexões e interações entre os elementos que compõem o sistema de forma a dar informações onde a ação pode ser mais assertiva (Murray *et al.*, 2010).

2. Propostas e ideias: este estágio envolve a geração de ideias e utiliza métodos de *design* e criatividade, para dar soluções aos problemas apontados e detetados no estágio anterior, onde foi realizado o diagnóstico. Neste momento, torna-se necessário buscar soluções e os

melhores métodos, no *design*, o método que une pessoas ao processo de criação é o *co-design*, o qual providencia aos usuários a oportunidade de estes identificarem as suas próprias necessidades e apresentarem ideias sobre como atendê-las. O pensamento criativo é incluído neste movimento, observando os usuários e a reflexão sobre experiências vividas, que podem ser aproveitadas no processo (Murray et al., 2010).

3. Prototipagem: este estágio surge quando, após essa ideia ter sido selecionada e aprovada, é necessário que ela seja testada na prática, por meio de protótipos. A inovação social tem como característica o facto de funcionar de forma mais eficaz quando as soluções podem ser aplicadas rapidamente, sem se gastar muito tempo em planificações e estratégias detalhadas. O processo de aperfeiçoamento é importante, por meio de interação, tentativa e erro, através de prototipagens rápidas, proporcionando feedback entre usuários e especialistas (Murray et al., 2010).

4. Manutenção: este estágio emerge quando a ideia passa a ser uma prática diária, a ideia tem que ser avaliada constantemente para ser redirecionada de forma a garantir a viabilidade financeira a longo prazo e a inovação constante. O acompanhamento financeiro deve ser constante, para que a eficácia dessas ideias seja real, podendo vir a ser melhorada ainda mais (Murray et al., 2010).

5. Escala e Difusão: este estágio trata de estratégias visando o crescimento e a difusão da inovação para uma escala maior. Essa difusão na economia social pode ser realizada de várias formas, nomeadamente inspiração e estímulo para outras comunidades e/ou instituições, prestação de apoio, a criação de demanda e o apoio e, por fim, ferramentas de *branding* (Murray et al., 2010).

6. Mudança sistémica: este estágio relaciona-se com mudanças de conceitos e mentalidades, com fluxos económicos, o autor acredita que os sistemas só mudam quando as pessoas envolvidas mudam a forma de pensar e passam a ver as coisas de outra maneira, as inovações mais transformadoras são as que envolvem negócios, governo, sociedade civil e a família. A mudança sistémica também significa demonstrar o que significa numa escala maior (Murray et al., 2010).

2.2. Artesanato Tradicional

O artesanato tradicional é o mais conhecido e difundido entre os demais. Pensar em artesanato é pensar em tradição, identificar esse produto torna-se mais comum em várias comunidades, por ser um fazer passado de geração em geração.

O artesanato tradicional exprime um enorme e valioso património cultural transmitido através das gerações, sendo um dos grandes meios de identificação cultural de uma comunidade, estando relacionado com o património cultural e a riqueza imaterial de um país. Barros (2016) relaciona o artesanato tradicional com um património cultural de valor inestimável que é do domínio do artesão, as técnicas e as práticas manuais que são transmitidas de geração em geração, e a utilização de matérias-primas próprias da região.

Pires (2000) considera que os produtos tradicionais são importantes recursos turísticos por constituírem, quase sempre, imagens que transmitem e são impressas às marcas da identidade local e que as atividades artesanais são consideradas importantes fontes de emprego e rendimentos, e de valorização das pessoas e das economias locais.

O valor comercial, o interesse económico e o desenvolvimento do comércio de “*souvenir*”, associado à necessidade de geração de um rápido retorno financeiro, têm levado a que o artesanato venha a despertar o interesse da população jovem em aprender esse fazer artesanal.

Quando a atividade tradicional não está inserida neste contexto, há um desinteresse dos jovens na continuidade da atividade, levando assim, em alguns casos, à extinção de tão valioso saber. Desta forma, é necessário realizar-se algumas ações para restabelecer esse interesse.

2.3. Projeto Integrado de Intervenção e Inovação no *Design*

Exemplo disso foi o que aconteceu com o Bordado de Guimarães, em Portugal. Segundo Fernandes (2006), nos anos 80 renasceu um novo interesse pelo património; foi fundada a Associação de Guimarães para a Defesa do Património, que, juntamente com outras instituições, começou a sentir a necessidade de preservar o legado dos seus antepassados, e não apenas os monumentos foram uma preocupação, mas sim todo o património cultural.

Segundo a mesma autora, a partir dessa fundação várias ações foram tomadas, tais como a reforma do centro histórico e a revitalização do artesanato, oficinas para o ensino do bordado, estudos sobre os pontos a serem utilizados e regras de certificação do bordado. Nasce então o termo “Bordado de Guimarães”, exemplo do artesanato tradicional, original da cidade de Guimarães, que tem na sua temática inspiração, fitomórfica ou geométrica, possui grande volumetria, usando um conjunto de pontos específicos, sempre monocromático, nas cores: vermelho, azul, bege, branco, cinza e preto.

Caracteriza-se pelo uso de uma grande variedade de pontos, distinguindo-se pelo rigoroso trabalho na sua aplicação, que confere relevo aos motivos e composições, como mostra a Figura 2, estes fatores são essenciais para a singularidade do bordado.



Figura 2 - Bordado de Guimarães
Fonte: Próprio autor, 2018

Com o objetivo de assegurar a maior qualidade, a Câmara de Guimarães passou a certificá-lo e a internacionalizá-lo, dando-o a conhecer na Europa como produto feito em Guimarães, cidade berço de Portugal e património da Humanidade (Fernandes, 2006).

2.4. Artesanato Contemporâneo ou Urbano

Devido a essa preocupação com a extinção das atividades artesanais, o artesanato tem vindo a evoluir, chegando ao que se denomina hoje de artesanato contemporâneo e/ou urbano, trazendo novas temáticas com técnicas tradicionais, que têm uma relação maior com os dias atuais.

O artesanato denominado por alguns autores como artesanato contemporâneo não se limita aos conteúdos populares, possui uma maior liberdade para enveredar por caminhos inesperados. Este tipo de artesanato utiliza os elementos tradicionais e inova a partir deles. Por vezes, esta designação também é sinónimo de artesanato urbano, mas em outros momentos, este último é definido separadamente com outras características: o termo “urbano” relaciona-se com produtos produzidos nas cidades, pois o artesanato tradicional geralmente era produzido em “aldeias” e “vilas”¹. Para a maioria dos autores, os termos eram distintos, mas referem-se ao mesmo conceito de artesanal. Pode-se, por conseguinte, concluir que este tema é discutido por muitos autores na atualidade, trazendo ao artesanato atual abordagens e definições muito diversificadas.

Este interesse destaca a importância do produto artesanal e a valorização do artesão relacionado com a cultura e a história, e o poder de representação do valor simbólico impresso no produto artesanal.

Para Castro *et al.* (1998), seria somente uma adaptação do artesanato tradicional para os dias de hoje, e dessa forma surge o artesanato contemporâneo ou urbano, partindo das mesmas raízes do artesanato tradicional e não se opondo a este, os dois se complementam e ambos acentuam o seu lugar na sociedade atual. Para este autor, as novas tecnologias aplicadas ao artesanato:

(...) não devem ultrapassar o uso de alguma maquinaria mais moderna que substitua por exemplo um forno a lenha. No entanto estes meios mais sofisticados deverão ser utilizados apenas como complemento, nunca poderão interferir na criação do artista. (...) Isto é saber manter a tradição com inovação. (Castro *et al.*, 1998, p. 28)

A formação do artesão e a sua escolaridade são relacionadas por alguns autores com a tipologia de qualidade e a sua produção artesanal. Para Barroso (2002), artesanato contemporâneo ou conceptual são artefactos criados e produzidos por indivíduos com maior grau de escolaridade, em geral oriundos de um meio urbano. Estes produtos são determinados por uma demanda de mercado com motivos, inspirações, iconografias e materiais influenciados pela moda ou pelas expressões artísticas (Barroso, 2002).

¹ Termos utilizados em Portugal para locais menores que cidades e normalmente pertencentes a meios rurais.

Já para outros autores, como Correia, Brandão e Dias, a designação é determinada pelos temas escolhidos para a sua criação, defendendo que o artesanato contemporâneo (ou urbano) aborda temas mais universais, ao contrário do artesanato tradicional, com temas mais locais, apesar de utilizar os mesmos métodos manuais comuns a qualquer outra vertente do artesanato (Brandão *et al.*, 2003).

A necessidade de exercer uma profissão que dê rendimentos em tempos com poucas oportunidades, é abordada como motivo para o artesanato tradicional caminhar para um artesanato contemporâneo e urbano (...), refere-se ao artesanato contemporâneo como sendo uma condição criada pela modernidade onde o artesão é influenciado por muitas possibilidades ao mesmo tempo, que lhe proporcionam novas ideias para o seu trabalho. Diante de uma sociedade onde as oportunidades de trabalho são poucas, o artesanato urbano traz ao artesão a possibilidade e motivação financeira para exercer uma profissão e ter um rendimento através da venda das suas criações (Brandão *et al.*, 2003).

Por outro lado, a crescente procura do homem moderno por valores, costumes e qualidade de vida, supostamente perdidos, encontra no artesanato contemporâneo a sua origem. Nesse sentido, o artesanato, como outras expressões culturais, evoluiu com a própria sociedade e é hoje objeto de reinvenções e sofisticações interessantes que o dignificam ainda mais e que fazem do artesão um verdadeiro artista (Brandão *et al.*, 2003).

O seu desempenho no artesanato contemporâneo é muitas vezes expresso na associação de meios ou recursos, ou de géneros criativos, ou na criação de estilos híbridos. As tradições são citadas e reinterpretadas (Filipe, 2006).

Ao contrário do artesanato tradicional, o contemporâneo é muito difícil de se definir, de se especificar. Artesanato contemporâneo tem a ver com a época em que vivemos, não é algo industrial, mas utiliza processos e matérias-primas inovadoras (Fernandes, 2010).

O autor, na sua dissertação de mestrado em que abordou o tema “estratégias para o desenvolvimento do artesanato contemporâneo na Madeira”, teve a oportunidade de entrevistar alguns artesãos e a Diretora do CRAT (Centro Regional de Artes Tradicionais) do Porto, os quais relataram que estes novos termos são evoluções do artesanato tradicional em consequência do fato de alguns produtos tradicionais terem perdido a sua

funcionalidade, obrigando o artesão a seguir novos caminhos para continuar a vender os seus produtos (Fernandes, 2010).

Apesar de existir muita resistência à mudança, este autor defende que a chave para a inovação está na formação acadêmica dos artesãos. As técnicas tradicionais passadas de geração em geração já não são suficientes. As áreas, os materiais e as técnicas também terão de sofrer algumas alterações (Fernandes, 2010).

Miguel Oliveira, artesão também entrevistado por Fernandes (2010), concorda com a expressão “artesanato contemporâneo” e o seu desenvolvimento, porque o artesanato tradicional tem muitos problemas de comercialização. Enquanto o artesanato tradicional vende em feiras com *stands* limitados e com a problemática da repetibilidade, os artesãos contemporâneos têm capacidades inovadoras e criativas, procuram canais diferentes de venda, vendem em lojas, galerias, através da internet, procuram novos mercados, não desistindo facilmente de comunicar e vender os seus produtos (Fernandes, 2010).

2.5. Design e Artesanato

O *design* surge como ferramenta para resgatar o valor do artesanato, com o objetivo de renovar os produtos e recuperar as técnicas, com soluções adequadas à atualidade, levando à consolidação do interesse dos jovens pelos saberes tradicionais (Carniatto, 2008).

Segundo Adélia Borges (2011), a aproximação entre *designer* e artesão é um fenómeno de grande importância pelo impacto social e económico e pelo seu significado cultural. Para ela, trata-se de uma mudança na feição do produto artesanal e amplia o seu poder de alcance.

Ressalta também que a troca existente nessa relação beneficia os dois lados. O *designer* passa a ter acesso a uma sabedoria empírica, popular, além de ter um mercado de trabalho considerável. O artesão tem a possibilidade de uma interlocução sobre a sua prática e um tempo para refletir sobre ela (Borges, 2011).

A autora relata também que não existe somente o lado bom nessa relação, na medida em que alguns *designers* chegam a essa comunidade achando-se os detentores do saber, gerando experiências ruins. Há uma facilidade de o *designer* chegar a uma comunidade, ter

acesso aos materiais, mão-de-obra especializada, fazer lindos produtos, fotografar e sair apresentando em congressos e eventos (Borges, 2011).

Devem ser considerados alguns aspectos ao analisar-se as questões, como resgatar e preservar – verbos frequentemente conjugados quando se fala de artesanato (Borges, 2011). Ela escreve ainda que existem questões, perguntas que devem ser feitas:

Quais são os fatores-chave para a continuidade de uma ação? Que tipo de relação deve ser estabelecida entre designers, comunidades e gestores dos programas? Que tipo de interferência é benéfica? Como lidar com os repertórios, fazer um trabalho que ressoe profundamente nos seus participantes? Essas são algumas questões que devem ser discutidas com urgência, sob pena de se realizarem programas inócuos ou mesmo prejudiciais. (Borges, 2011)

Albino (2017) relaciona o *design* e artesanato e as suas significações no território português, falando sobre a importância dessa relação e destacando alguns momentos de valorização dos métodos artesanais pelo *design* (Albino, 2017).

O autor Bonsiepe, (2011) no seu livro *Design, Cultura e Sociedade*, escreve sobre as diversificadas relações do *design* com as técnicas artesanais e diz que elas podem ser estudadas agrupando-se em seis categorias:

- “Enfoque conservador. Busca proteger o artesão contra qualquer influência do designer vinda de fora. Essa postura encontra-se ocasionalmente entre antropólogos, que rejeitam qualquer aproximação entre designer e artesão, pois querem manter o artesão em estado puro, imaculado e imune a influências contemporâneas;
- Enfoque estetizante. Considera os artesãos representantes da cultura popular e eleva os seus trabalhos ao *status* de arte, utilizando os termos “arte popular”;
- Enfoque produtivista. Considera os artesãos como mão-de-obra qualificada e barata, utilizando as suas capacidades para produzir objetos desenvolvidos e assinados pelos designers e artistas (...). Tal prática tende a perpetuar as relações de dependência, em vez de contribuir para a sua superação;
- Enfoque culturalista ou essencialista. Considera os projetos locais dos artesãos como base ou ponto de partida para o verdadeiro design latino-americano ou indo-

americano. Às vezes, esse enfoque vem acompanhado de uma postura romântica (...);

- Enfoque paternalista. Considera os artesãos, em primeiro lugar, como clientela política de programas assistencialistas e exerce uma função mediadora entre a produção e a comercialização (marketing), em geral com altas margens de lucros para os vendedores;
- Enfoque promotor de inovação. Advoga a autonomia dos artesãos para melhorar as suas condições de subsistência, muitas vezes precárias. Nesse caso, a participação ativa de produtores é requerida.” (Bonsiepe, 2011)

Pode-se observar que a forma como os autores abordam este tema é bastante diversificada.

2.6. O Artesão/Artesanato e sua Relação com o *Designer/Design*

Existe uma grande diversidade de definições de artesanato entre os diversos autores que abordam o assunto.

O artesanato é um modo de produção que, ao longo do tempo, tem passado por várias mudanças, concomitantes com as transformações ocorridas nos diferentes âmbitos sociais, culturais e tecnológicos. Ele sofreu, por um bom tempo, um desinteresse que levou à desmotivação por parte dos artesãos e daqueles que herdariam esse saber fazer manual: as gerações jovens já não mostravam interesse em aprender o trabalho manual, que é em muitos casos um verdadeiro patrimônio cultural da humanidade (Filgueiras, 2005, Ribeiro da Silva, 2009; Borges, 2011).

São muitas as definições do que é artesanato, portanto, neste estudo será utilizada a definição adotada pela Organização das Nações Unidas (UNESCO) para ser difundida pelos sistemas de Educação, Ciência e Cultura no *International Symposium on Crafts and International Markets*, realizado na cidade de Manila, nas Filipinas, em outubro de 1997 (UNESCO, 1997), a saber:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a

contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva das suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997)

Neste trabalho utilizar-se-á este termo a partir do conceito acima apresentado.

Alguns autores classificaram o artesanato de acordo com o que é produzido e inserido dentro da cultura e tradição de um povo. Segundo Carniatto (2008), pode-se ter:

- Artesanato autóctone, que é confeccionado pelos próprios artesãos e fruto das suas tradições;
- Artesanato tradicional, que está incorporado na vida quotidiana de um grupo, nas suas tradições e expressões culturais;
- Artesanato conceptual, que é produzido dentro de uma proposta urbana e que se caracteriza pelo estilo de vida e afinidades culturais através da inovação e utilização de conceitos ecológicos e naturistas;
- Artesanato contemporâneo ou neoartesanato, que tem características em termos culturais de transição entre a tecnologia moderna e/ou a aplicação de princípios de tendência estética, destacando a criatividade individual expressa pela qualidade e originalidade de estilo;
- O artesanato artístico, que expressa de alguma forma o sentimento estético individual de um determinado autor com extrema presença do imaginário e carácter utilitário (Carniatto, 2008, p. 86).

Para que seja possível contextualizar-se o artesanato têxtil Português, torna-se necessário conhecer um pouco sobre as suas tipologias. Estas serão abordadas em seguida, com base nos autores Perdigão (2002), Albino (2017) e Pires *et al.* (2009), possibilitando ao leitor uma visão das riquezas artesanais têxteis de Portugal.

Foram escolhidos dois exemplos de cada uma das seguintes tipologias: tecelagem, bordado e renda.

2.6.1. Tecelagem

Apesar de toda a evolução industrial e das tecnologias implementadas no setor têxtil em várias regiões de Portugal, ainda se encontra hoje a produção de produtos em teares manuais, com recurso a matérias-primas como linho, algodão, seda e lã.

Segundo Perdigão (2002), a tecelagem desenvolveu-se em todo país, embora com maior incidência no Norte-Minho, Douro, Trás-os-Montes e Beira Alta, estendendo-se até Viseu, Vouzela e Castro Daire. Na região centro, sobressai-se nos concelhos de Coimbra, Idanha-a-Nova (Beira Baixa), Sardoal e Alcanena, ao passo que no Sul apresenta incidência nos concelhos de Reguengos de Monsaraz, Mértola e Alcoutim. Os diferentes fios são tecidos em todos os núcleos de produção têxtil, no entanto, a utilização de uma determinada fibra é determinada pela sua existência em maior quantidade em determinadas regiões. Nesse contexto, o linho ficou circunscrito à região de Entre-Douro-e-Minho; a seda a Trás-os-Montes e a lã à Serra da Estrela e ao Alentejo. Já Guimarães se destacava na produção, fiação e tecedura do linho.

Oliveira, Ernesto Veiga de Galhano e Pereira (1991) relatam a importância de Guimarães, Santo Tirso, Famalicão e Braga na produção têxtil:

É digno de nota o facto de, em certos casos, e designadamente na área de Guimarães, Santo Tirso, Famalicão e Braga, que havia constituído o mais importante núcleo linheiro do país, a indústria fabril e caseira de algodão tenha recoberto inteiramente a primitiva atividade, sendo efetivamente aí que hoje se encontra a maior concentração algodoeira do País, tanto em grandes fábricas, como em tecelagem individual isolada. (Oliveira, Ernesto Veiga de Galhano e Pereira, 1991, p.26)

Durante vários anos, as tecedeiras fizeram têxteis monocromáticos, e posteriormente passaram a utilizar plantas, folhas, raízes e cascas de árvores, com as quais criavam cores como o verde, o amarelo e o castanho. A partir do século XV, os tecidos passam a ser tingidos com “pastel”, planta de crescimento espontâneo na região do douro e posteriormente cultivada nos Açores (Perdigão, 2002).

Tecelagem da Serra da Estrela

Segundo Pinheiro (2009) e Pires *et al.* (2009), até aos anos 50 do século XX, mantas e cobertores de lã eram feitos de forma artesanal na Serra da Estrela², chamados de “cobertores da Serra da Estrela” e “cobertores de papa”, estando também presentes por toda a antiga Comarca da Guarda, região que favoreceu o desenvolvimento da pastorícia, a especialização no fabrico de lanifícios. Na imagem da Figura 3, datada de 1930-1940, pode-se ver um pastor com o seu cão.



Figura 3 – Pastor António Correia com o seu cão [1930-1940].
Fotografo Hermínios Guarda Col. Museu da Guarda - Fonte: MatrizPix, (2008)

Não era difícil o acesso destas comunidades à matéria-prima que permitiu a cultura pastoril, incentivando a procura de soluções para os escassos recursos existentes. Tinham o rebanho que lhes dava a lã, tinham necessidade de se aquecer, sabiam tecer, pelo que a produção de tecidos foi uma solução natural para responder às suas necessidades (Pinheiro, 2009).

O trabalho da lã foi utilizado como uma moeda de troca que possibilitou às comunidades serranas subsistir num território por vezes hostil e vencer os rigores climáticos,

² A Serra da Estrela, situada na região do Centro, designa a cadeia montanhosa onde se encontram as maiores altitudes de Portugal Continental. O seu ponto mais elevado, com 1993 metros de altitude e denominado Torre, torna-a na segunda montanha mais alta de Portugal. (https://pt.wikipedia.org/wiki/Serra_da_Estrela)

consequentemente, essa região aos poucos foi se especializando na produção laneira³ (Pinheiro, 2009).

Fabricados integralmente em lã, os cobertores e as mantas têm como característica uma acentuada rusticidade. Felpudos, de um branco leitoso, entrecortados por barras de cores, ora sóbrias, ora vistosas. Os cobertores começaram por ser tecidos nos tons naturais da lã, em branco-pérola, castanho-escuro e bege, posteriormente foram incorporadas barras decorativas simples, de cores e larguras variadas, como se pode observar na Figura 4. (Pinheiro, 2009).



Figura 4 - Mantas da Serra da Estrela
Fonte: Pires *et al.* (2009)

As Riscas (ou listras) dão, ao mesmo tempo, um toque de beleza e rusticidade, levando a que se encontre presente em várias casas portuguesas, sejam elas no campo ou nas cidades. A sua sobrevivência até aos dias atuais afirma a sua funcionalidade, comprova a sua genuína autenticidade. Inicialmente a sua produção era exclusivamente artesanal, contudo, devido à grande procura interna, proveniente das diversas regiões do país (Portugal) e com exportações para Angola e outras colónias Portuguesas, passaram a ser industrializados para dar resposta ao aumento da procura. Os “cobertores de papas” são caracterizados pelo fato de serem produzidos integralmente com as fibras longas e grossas da lã das ovelhas churras, distinguindo-se estes dos demais cobertores pelo seu pelo longo e ondulado ou frisado, que recobre a sua manta tecida com consistência e densidade. A cor pérola branca é usada de

³ Produção de lã.

base, ora lisa e de uma só cor, ora com barras contrastantes. O seu peso varia de 2,5 a 3,5Kg e as suas dimensões chegam a atingir 1,60m de largura e 2,40m de comprimento (Pinheiro, 2009).

Tecelagem de Almalaguês

Segundo Pires (2009), a Almalaguês encontra-se situada no sudeste do município de Coimbra, numa região montanhosa e acidentada de Portugal. É também o nome de uma tecelagem artesanal com mais de 100 tecedeiras, uma terra em que praticamente todas as mulheres têm um tear e o saber tecer. Desde quando as atividades de tecelagem em Almalaguês existem, não é fácil de se dizer, segundo elementos recolhidos pela pesquisadora Luísa Fernandes, dos 12 casos que encontrou relativos a *“Corcha de borbotos”*, 8 mencionam Coimbra como a origem das peças, sendo as mais antigas datadas de 1796. Estes dados apontam Coimbra como centro produtor deste tipo de tecelagem, o que ajuda a situar a importância atual da tecelagem de Almalaguês.

As características geográficas de Almalaguês, o número de tecedeiras, as especificidades físicas do seu território e as suas implicações no sistema de acessibilidade na região, a criação de rebanho e a produção de lã, levaram a freguesia a continuar com a produção têxtil manual até aos dias atuais. As suas tecedeiras não tinham possibilidade de trabalhar noutro lugar devido ao isolamento da região e à falta de transporte público, impossibilitando as mulheres de sair da sua freguesia. Dessa forma, as tecedeiras de Almalaguês mantiveram-se a trabalhar nos seus teares (Pires, 2009).

As regiões menos acidentadas e que desenvolveram transportes públicos migraram da tecelagem manual para a tecelagem industrial, o que não foi o caso de Almalaguês, que não teve possibilidade de fazer um processo de industrialização semelhante ou paralelo ao que ocorreu nos centros urbanos próximos, como Lousã e Miranda do Corvo, freguesias próximas de Almalaguês. Com o passar do tempo, o número de tecedeiras diminuiu, mas mantêm-se ainda hoje 95 teares ativos na sede da freguesia, o que é ainda um número bastante significativo, ou seja, trata-se de 95 mulheres totalmente dedicadas aos teares. A manufatura têxtil em Almalaguês deverá ter-se iniciado com a lã, posteriormente passou-se a trabalhar com o linho, até ao predominante algodão que é utilizado na maioria dos

trabalhos atuais, sendo que algumas tecedeiras foram além do algodão e passaram a utilizar fibras sintéticas (Pires, 2009).

Para se falar dos aspetos técnicos da tecelagem de Almalaguês é necessário fazer-se um recorte do texto original, como cita Pires (2009):

A tecelagem de Almalaguês caracteriza-se por uma grande variedade de possibilidades decorativas colhidas em fontes muito diversas. Se aqueles motivos mais antigos, cuja origem ninguém conhece, constituem uma componente importante outros motivos, ali utilizados, constituíram-se a partir de fontes tão diversas como os “mapas” feitos com “ponto cruz”, os tapetes de Beiriz⁴, as rendas feitas com uma agulha de farpa (o popular crochet) e, até, dos tapetes de Arraiolos⁵! (Pires *et al.*, 2009, p.73)

O “ponto” que caracteriza esta tecelagem é o levantamento de um “borboto”⁶ do fio, segundo uma quadrícula implícita à trama do tecido (Pires, 2009), como se pode observar na Figura 5:



Figura 5 - Tecelagem de Almalaguês

Fonte: <https://www.on-coimbra.pt/index.php/pt/made-in/item/64-tecelagem-de-almalagues>.

Apesar de a tecelagem de Almalaguês ser bastante conhecida pela forma como o “borboto” se organiza para definir os seus motivos, havia também na região um outro tipo de produção, a manufatura de tapetes, carpetes e passadeiras, que por muitas vezes

⁴ O chamado tapete de Beiriz é um produto de artesanato rústico em lã, originário da freguesia de Beiriz, concelho da Póvoa de Varzim, distrito do Porto, em Portugal. Em 1919, Hilda Brandão, uma aristocrata Portuguesa criada no Brasil e a viver em Beiriz, Póvoa de Varzim, decide reavivar a tradição da tapeçaria e introduz a técnica do nó Turco, que rapidamente ganhou a designação de nó Beiriz. Com sucesso imediato, o negócio rapidamente cresceu para a forma de uma sólida Indústria. Encerrou na década de 70. https://pt.wikipedia.org/wiki/Tapete_de_Beiriz

⁵ A confecção dos tapetes de Arraiolos ter-se-á iniciado provavelmente no começo deste período, sendo fruto da curiosidade de artesãs isoladas, ou do trabalho conventual alentejano. https://pt.wikipedia.org/wiki/Tapete_de_Arraiolos

⁶ Fio flutuante que define os desenhos. (Pires *et al.*, 2009)

apresentam os mesmos desenhos utilizados nos “borbotos”. A riqueza dos motivos desta tecelagem, com mais de 120 motivos com nomes reconhecidos e utilizados pelas tecedeiras, constitui prova de estabilidade e antiguidade deste centro de produção artesanal têxtil, tornando Almalaguês o principal centro produtor de peças tecidas em tear manual em Portugal (Pires, 2009).

2.6.2. Bordado

O Bordado de Guimarães

De acordo com os autores Fernandes (2006) e Albino (2017), é difícil precisar com exatidão quando se deu início ao bordado de Guimarães, assim como outros produtos portugueses, que derivam de um conjunto de fatores que se uniram no tempo e no espaço para que hoje sejam merecedores de atenção e valorização. Guimarães, cidade onde se produz a maior parte do bordado, localizada no norte de Portugal, era uma terra propícia à fixação do homem. O território possibilitou, além do cultivo de produtos para a alimentação, o desenvolvimento de uma série de indústrias, entre elas a indústria têxtil, através da produção de algodão e linho, tecidos que eram utilizados para bordar (Fernandes, 2006; Albino, 2017).

No território vimaranense e nas suas cercanias habitavam vários mestres, nomeadamente: ferreiros, oleiros, ourives, sapateiros, cutileiros, curtidores, tecelões, espingardeiros, pedreiros e escultores, entre outros, os quais, a par de uma nobreza e clero influentes, fizeram de Guimarães um entreposto comercial de relativa importância. O bordado de Guimarães é produto de um território abundante em águas e em terras férteis, que recebeu o cultivo do linho e a feitura do pano. O linho é um dos tecidos usados como base do bordado de Guimarães, segundo Fernandes (2006), o linho em terras vimaranenses pode ser apontado em data longínqua, nomeadamente no foral concedido por D. Henrique a Guimarães, em 1096, onde esta fibra já fora referida. As referências documentais a tecidos bordados existentes em Guimarães datam desde o século X, contudo, é só a partir do século XIX que se encontram referências documentais a bordados vimaranenses. Não obstante,

mesmo antes desse registo muito provavelmente o bordado de Guimarães já seria feito, no entanto, o que pode ter acontecido foi a falta de registo dessa atividade em documentos, até porque essa atividade era realizada dentro dos lares. Pouco se sabe sobre o bordado realizado antes do século XIX, não só em Guimarães mas também no resto do país (Fernandes, 2006).

O facto de os tecidos serem perecíveis e serem muito utilizados levou a que os têxteis utilizados no dia-a-dia na época não tivessem perdurado no tempo para que se pudesse analisa-los e entender como foram bordados e utilizados, a não ser os que foram imortalizados em pinturas, o que não ocorria com o vestuário utilizado pelas pessoas no dia-a-dia. Teriam sido estes os motivos pelos quais não foram encontrados registos do bordado no período anterior ao século XIX (Fernandes, 2006).

Só no final do século XIX, início do século XX, foram encontradas as raízes do bordado de Guimarães. Segundo o texto de Maria José Meireles, o Bordado de Guimarães deriva do “bordado rico”, um bordado que é feito com linha branca sobre um pano de linho cru e fino, os pontos utilizados nesse bordado utilizam pontos minuciosos e delicadamente bordados (Fernandes, 2006).



Figura 6 - Bordado Rico
Fonte: lavoresentatilha.blogspot.com

O termo “bordado rico” ainda hoje é citado pelas bordadeiras de Guimarães quando elas querem explicar a diferença entre um bordado delicado e o bordado popular feito para o

povo e pelo povo. O “bordado rico” era feito pelas mulheres vimaranenses em enxovais de noivas, roupa de cama e roupas de interior. Em 1884, peças com esses bordados foram expostas na Exposição Industrial de Guimarães, que foi realizada nesta cidade. Foram os pontos utilizados no “bordado rico” que serviram de referência para os utilizados no hoje chamado de bordado de Guimarães (Fernandes, 2006).

O Lenço dos Namorados

O Lenço dos Namorados é uma das peças do artesanato português mais conhecidas no País, devido a várias ações de divulgação e de revitalização, desde 1980, implementadas por diversas entidades de Vila Verde. A origem dos motivos dos lenços dos namorados, a sua tradição e a sua confeção levantam várias hipóteses, não existindo nenhuma evidência documental que comprove uma origem remota. Até há pouco tempo, o bordado popular não era considerado digno de grande interesse científico nem de esforço de documentação, pelo que a documentação sobre os lenços é escassa e, dessa forma, a sua real origem é levantada por meras conjecturas. Existem relatos de que “os lenços eram bordados pelas raparigas para serem oferecidos aos namorados”, que “os lenços nunca eram comprados”, que “os lenços têm origem Celta”, e que a “tradição dos lenços provém dos senhoris do século XVIII”. Estas afirmações são provenientes de revistas e jornais, sem nenhuma fundamentação científica nem documental (Durand, 2009).

Nestes constam como motivos: iniciais dos nomes dos namorados, datas, imagens com aparência ou aspeto religioso, motivos florais, vegetais ou animais, instrumentos de trabalho (normalmente agrícola), chaves, cartas, navios, e alguns significados, tais como sagrado, fidelidade, eternidade, ternura, alegria, abertura de coração e saudades. Também se encontram símbolos da cultura local, a estrela de Salomão (proteção, contrafeitiços) e a pomba (castidade e virtude). Há símbolos que não têm um significado que lhes possa ser diretamente relacionado, seriam simplesmente a reprodução de desenhos dos modelos antigos (Durand, 2009). Pode-se observar as Figuras 7 e 8, que mostram alguns dos motivos citados anteriormente.

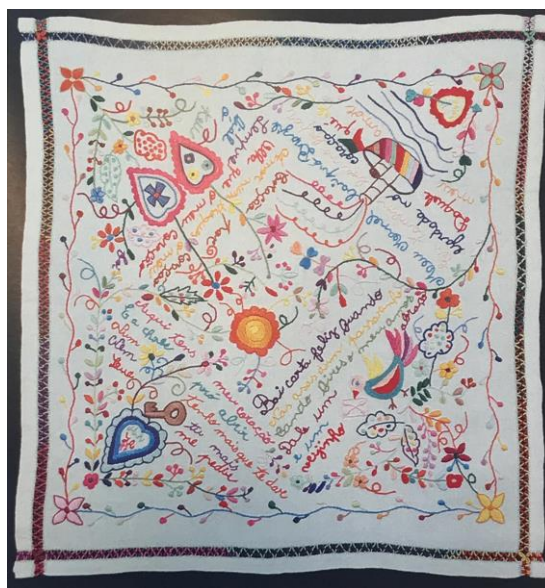


Figura 7 - Lenço dos Namorados 1
Fonte: Pires *et al.* (2009)

O Lenço dos Namorados é certificado e, para isso, foram estabelecidas algumas normas em cadernos de especificações para a certificação, que levaram ao estabelecimento de regras e normas de proteção para estas peças (Durand, 2009).

2.6.3. A Renda

Definir uma renda é complexo, devido ao fato de existirem inúmeros modelos e materiais utilizados, assim, de uma forma genérica, a renda é um tecido transparente de malha aberta, que é utilizado de base, através do entrelaçamento de fios que podem ser linho, algodão, poliéster ou outras fibras. As rendas são na sua maioria compostas por dois elementos, o desenho ou motivo e o fundo, que mantém um desenho único. (Pires *et al.*, 2009)

Renda de Bilros de Vila do Conde

Antes de iniciar o tema sobre a Renda de Bilros de Vila do Conde⁷, o autor Rego (2009) define o que seria esta renda:

A renda de bilros é feita em cima de uma almofada, com a forma de cilindro oco, que por sua vez se encontra colocada num pequeno cavalete. Nessa almofada é preso o “pique”, ou seja, desenho da futura renda, onde abertos, com a ajuda de um picado, diversos furos. Nestes furos irão ser inseridos os alfinetes que irão prender as linhas trabalhadas pelos bilros segundo o esquema constante no pique. Os bilros são pois pequenos instrumentos de madeira aos quais são presos os fios e através dos quais as rendilheiras⁸ manipulam o cruzamento das linhas, segundo um determinado padrão, dando assim origem a renda. (Rego, 2009, p. 245)

Pode-se observar na Figura 8 a renda de bilros, os bilros, o picado, furos para prender a renda e o esquema.

Uma das ideias mais divulgadas no que respeita ao modo como a renda de bilros apareceu na região de Vila do Conde, refere o fato de que as rendas sempre aparecem próximas de centros de pesca, partindo do princípio de que onde há renda há pesca, ou onde há rede de pesca há renda, devido à semelhança entre a construção das rendas e das redes. Pires e Rêgo (2005) discordam dessa relação, na medida em que, de facto, afirmam não haver essa semelhança. Afirmam que as formas de construção da rede de pesca e da renda de bilros são completamente diferentes, mostrando, por conseguinte, a fragilidade de tal teoria. A renda que apresenta uma construção parecida seria a renda filé, para a qual é necessária a rede quadriculada semelhante à dos pescadores (Pires e Rêgo, 2005). É importante que seja levado em consideração o contexto socioeconómico das vilas de pescadores portugueses, o aparecimento da renda de bilros numa comunidade piscatória⁹, para os autores, justifica-se pelo fato de as comunidades não terem acesso à agricultura. Por conseguinte, as mulheres não conseguiam tirar o sustento das atividades têxteis, por não terem acesso ao linho nem à lã. Muitas delas eram viúvas por terem perdido os seus maridos no mar, tinham uma necessidade de exercer uma atividade para obter uma fonte de rendimento para a família. Essas mulheres conseguiram ao longo do tempo uma atividade que lhes desse uma fonte de

⁷ Vila do Conde é uma cidade portuguesa do Distrito do Porto, da Área Metropolitana do Porto e da Região Norte, com 28 636 habitantes no seu perímetro urbano (2011). https://pt.wikipedia.org/wiki/Vila_do_Conde

⁸ rendeira: mulher que faz renda, também conhecida por "rendilheiras", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [online], 2008-2013, <https://dicionario.priberam.org/rendilheiras> [consultado em 31-01-2019].

⁹ Comunidade pesqueira.

rendimento essencial para o sustento da família, que tivesse baixos custos de produção (Pires e Rêgo, 2005).



Figura 8 - Renda de bilros
Fonte: Pires *et al.* (2009)

Vila do Conde, já desde o século XVI, tinha um porto comercial e toda essa movimentação possibilitou o contacto com os portos do Norte da Europa, de onde a autora acredita terem vindo os bilros assim como o conhecimento necessário para a sua manipulação. Um estudo realizado em 2005 por Pires e Rêgo identificou 13 pontos e 79 motivos diferentes, uns naturalistas e outros mais geométricos, da renda de bilros. Novos caminhos foram sendo encontrados e novos motivos para expressar as suas técnicas (Pires e Rêgo, 2005).

Renda de Filé de Felgueiras

A Renda de Filé, segundo Rêgo (2005), é uma das artes tradicionais menos estudadas em Portugal. A renda encontra-se muito distante de representar o concelho de Felgueiras¹⁰, sendo esta, no entanto, a região de maior produção desta renda. A renda encontra-se fragilizada pelo número reduzido de rendeiras que se encontram ainda em atividade (Rêgo, 2005).

¹⁰ Felgueiras é uma cidade portuguesa no Distrito do Porto, região Norte e sub-região do Tâmega, é sede de um município com 115,74 km² de área e 58 065 habitantes (2011), subdividido em 20 freguesias. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Felgueiras>(*Felgueiras – Wikipédia, a enciclopédia livre*, 2011)

É o tipo de renda que vale a pena ser conhecido e que merece um estudo mais aprofundado, tanto pelo número de mulheres que no passado trabalharam com esta renda como pelo risco de esta desaparecer. A origem da renda de filé é difícil de situar, uma vez que a base do filé tem uma origem antiga, pois é utilizada na atividade piscatória, desde há milhares de anos (Rêgo, 2005).

Carità (1908) relata que o filé é uma das rendas mais antigas e que era produzido em quantidades consideráveis na Idade Média em vários países da Europa, nomeadamente em Portugal, Espanha, Alemanha, França e Itália, em casas religiosas e em palácios. Por se tratar de uma renda de fácil execução, a autora acredita ser esse o motivo da popularidade da renda na Idade Média.

Segundo Rêgo (2005), a origem em Felgueiras dessa renda não tem registos documentados, existindo somente o relato das rendeiras que exercem a atividade até hoje, uma delas de 87 anos, que narra que o filé já seria feito na região pelo menos desde a metade do século XIX. O autor credita que essa produção pode ser datada anteriormente, pelo fato de no século XX haver centenas de rendeiras na região, que desde muito cedo foram ensinadas pelas suas famílias a produzir a renda de filé (Rêgo, 2005).

Quanto aos aspetos técnicos, as informações são também escassas, mas o autor relata que o termo “filé” é derivado do termo francês *filet*, que significa rede. Na construção da renda filé, parte-se de uma estrutura semelhante a uma rede, que é estendida numa moldura de madeira chamada de bastidor, sobre a qual se parte para uma espécie de bordado (Rêgo, 2005). Esta descrição pode ser observada nas Figuras 9 e 10.

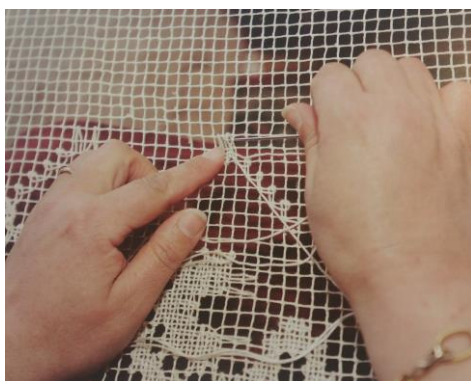


Figura 9 - Filé de Felgueiras, teia
Fonte: Pires *et al.* (2009)



Figura 10 - Filé de Felgueiras, moldura
Fonte: Pires *et al.* (2009)

A rede é formada através de um entrelaçamento de fios que são presos por nós no ponto em que se cruzam, formando uma rede quadriculada. Há uma variação dessa rede que vai ser feita de acordo com a intenção do desenho que a artesã deseja trabalhar (Rêgo, 2005).

O fio mais utilizado é o algodão, que pode ser fino ou de maior espessura, porém, segundo o relato das rendeiras, antigamente era muito utilizado o linho. Os pontos principais utilizados pelas rendeiras são: ponto “cheio” e o “ponteado”, também chamado de “sergido”. Outros pontos também utilizados são: “ponto cruz”, o “ponto neve”, o “postiço”, “ponto recorte”, “ponto cercadura” e o “ponto de círculo” (Rêgo, 2005).

Quanto aos desenhos, os mais encontrados, apontados pelo mesmo autor, são os de motivos florais. Mas, segundo as rendeiras, elas tiram de várias fontes, tais como revistas, desenhos bastantes variados, como estrelas, figuras geométricas e pássaros (Rêgo, 2005).

Os produtos produzidos em Felgueiras são toalhas de altar, cortinas, colchas, jogos de quarto ou *naperons*.¹¹ Há muito estudo a ser feito em Felgueiras para que possam ser aprofundados os dados levantados pelo mesmo (Rêgo, 2005).

¹¹ *naperon*: renda ou bordado colocado em cima de mesa ou móvel para proteger ou decorar. Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-02-01 15:00:52]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/naperon>

2.7. Artesanato com Referência Cultural

É necessário falar sobre a criação de um produto artesanal com referencial cultural, tendência de utilização adotada por vários *designers* e também relatada por vários atores, devido à sua importância quando se fala de artesanato contemporâneo.

A autora Mascêne define de forma clara do que trata o termo, quando afirma que:

São produtos cuja característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos. São, em geral, resultantes de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos. (Mascêne, 2010, p. 23)

Desenvolver produtos artesanais de referência cultural significa utilizar elementos que referenciem o produto ao lugar de origem, sendo que essa relação pode ser feita seja utilizando materiais e insumos ou técnicas de produção típicas da região, seja utilizando elementos simbólicos da cultura dos seus produtores ou do seu lugar de origem (Mascêne, 2010).

Para uma maior clareza acerca do conceito, apresenta-se um caso real de um trabalho relatado pela pesquisadora Adélia Borges (2011), que estuda um exemplo prático de como os produtos artesanais podem ser trabalhados a partir de referências culturais. No seu livro *Design + Artesanato*, no capítulo intitulado *Identidade e Diversidade*, Adélia exemplifica a necessidade de se resgatar ou se desenvolver produtos artesanais com identidade cultural da região e da cultura de quem os faz, mostra casos e relata como se deu o desenvolvimento desses produtos. Inicialmente, relata a importância desse referencial cultural quando cita que:

A gestão de objetos com clara identidade dos lugares em que são feitos passa não apenas pela manutenção e desenvolvimento das técnicas e materiais locais, mas também pela sua linguagem-domínio em que o designer tem muito a oferecer. Essa demanda surge principalmente nos lugares em que a prática artesanal é mais recente ou em que o artesanato se encontra mais descaracterizado. (Borges, 2011)

Posteriormente, aponta causas para a descaracterização do artesanato: empresas que comercializam linhas, tintas e outros produtos para artesanato, fornecem de forma gratuita, “folhetos com desenhos que nada têm a ver com o dia-a-dia do artesão e de seu trabalho”. Este fato pode ser observado através dos motivos, os quais representam ursos polares,

cisnes, e montanhas nevadas, imagens que não têm nenhuma relação com o Brasil (Borges, 2011).

Defende a pesquisadora que desta forma se dá a popularização no Brasil de imagens e referências que nada têm a ver com a cultura do lugar nem das pessoas que o fazem, levando a uma significativa descaracterização do artesanato brasileiro. Outro fator apontado pela autora são as revistas de trabalhos manuais, com as suas publicações didáticas que ensinam técnicas de várias tipologias (Borges, 2011).

O *designer* deverá ter essa preocupação com a vinculação à cultura local e o resgate de técnicas esquecidas por essas descaracterizações do artesanato. A autora relata a experiência vivida com o grupo chamado Laboratório de Design, que teve como integrantes, Heloísa Crocco, José Alberto Nemer e Marcelo Drummond, além de outros que foram entrando no grupo no decorrer dos trabalhos, como é o caso do fotógrafo Fábio Del Rei (Borges, 2011). Este grupo desenvolveu um trabalho com uma metodologia aplicada em Inhamuns¹², no Ceará, Brasil, em que na primeira fase o fotógrafo Fábio Del Rei fotografou as paisagens do lugar, tal como se pode observar na Figura 11.

¹² O distrito de Inhamuns foi criado em 1938. A Vila de Vera Cruz é sua sede e está localizada na Serra das Almas, a 48 km da sede de Tauá. É um lugar de clima ameno e possui um patrimônio natural considerado dos mais belos e ricos do município. As terras vermelhas do distrito são favoráveis à agricultura, mas a criação de bois e de bodes é que se destaca como a atividade econômica mais importante dos moradores. <http://www.taua.ce.gov.br/distrito/inhamuns>

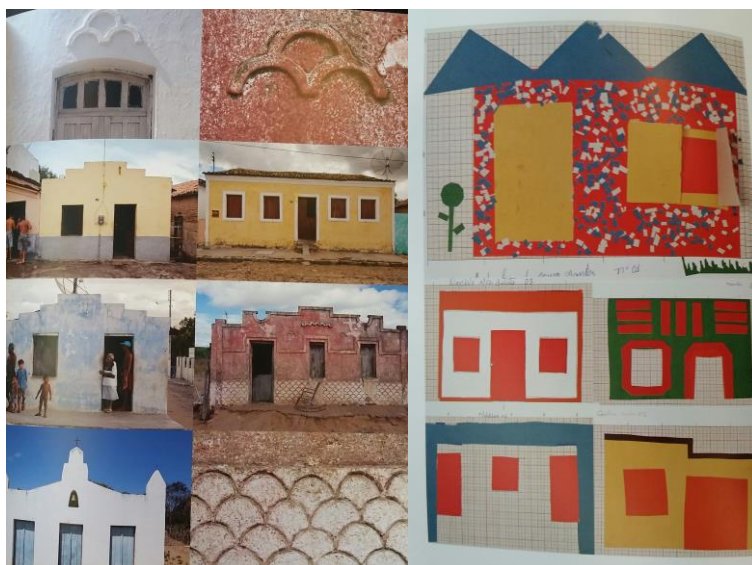


Figura 11 - paisagem do lugar de Inhamuns (coluna da esquerda); colagem com representação das casas criadas pelas artesãs (coluna da direita)
Fotos: Fábio Del Rei; Fonte: Borges (2011)

Em seguida, o grupo criou bordados a partir dessas imagens, como pode ser observado na Figura 12.



Figura 12 - Primeira imagem das fotos da paisagem do lugar, segunda foto colagem das artesãs, com representação das casas, terceira foto resultado dos trabalhos.
Fotos: Fábio Del Rei; Fonte: Borges (2011)

Posteriormente, as artesãs fizeram uma colagem com papéis coloridos, representando as fachadas das casas, tal como se pode ver na coluna do lado direito da figura 12, ao passo que, no terceiro momento, desenvolveram o artesanato com esse referencial. O laboratório Piracema de Design sacramentou um princípio que se torna importante para esse cuidado, que trabalha para que a cultura do artesão seja utilizada, sendo esse princípio a noção de que o artesão é o ponto de partida e de chegada dentro da intervenção. Toda a técnica desenvolvida deve ter o cuidado de tornar o encontro do *designer* com o artesão um encontro interessante (Borges, 2011).

3. TRABALHO EMPÍRICO

3.1. Metodológico de Trabalho

Para se alcançarem os objetivos propostos, começou-se por, na primeira fase deste estudo, realizar uma pesquisa bibliográfica, em que se buscou evidenciar o pensamento dos autores sobre a temática para a fundamentação de conceitos. Nessa mesma fase foi realizado um levantamento de grupos de artesãos que trabalhassem com produtos têxteis, realçando particularmente aqueles que tivessem um trabalho em parceria com um *designer*.

No âmbito da pesquisa exploratória, a pesquisadora participou num evento promovido pelo Centro de Formação Profissional para o Artesanato e o Património (CEARTE) e pelo Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, com a curadoria de Cláudia Albino e colaboração de Adélia Borges, que se realizou no Museu de Arte Popular em Lisboa, no dia 13 de março de 2018, intitulado: Artesanato + Designer em Português, que reuniu artesãos, *designers*, pesquisadores e instituições que trabalham com artesanatos portugueses, tendo o evento sido assistido por portugueses, brasileiros e africanos, países que têm em comum a língua portuguesa.

No segundo momento foram selecionados os “grupos de artesãos” que iriam ser estudados na pesquisa, para a qual o método utilizado foi o “estudo de caso” numa pesquisa qualitativa. Segundo o autor Yin (2015), o “estudo de caso” representa uma investigação empírica e compreende um método abrangente, com a lógica no planeamento, na recolha e na análise de dados. Pode incluir tanto estudos de caso único como múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa.

O principal critério de seleção recaiu sobre os casos que tiveram a intervenção da *designer* Helena Cardoso¹³, que a pesquisadora conheceu no referido evento e que se mostrou disponível para apresentar algum dos grupos com quem já teria trabalhado dentro dos moldes dos objetivos desta pesquisa.

¹³ O currículo de Helena Cardoso encontra-se na página 62

O critério secundário seria o de selecionar projetos advindos de uma parceria entre *designers* e artesãos de forma a realizarem uma cocriação de valor entrelaçado de saberes, através de relação de partilha. E, por fim, que o projeto tivesse um investimento social, mais que não fosse, inicialmente ou no decorrer de toda a sua trajetória.

Por outro lado, o primeiro critério de seleção, que foi logo o inicial e o principal desta dissertação, dada a área específica deste Mestrado, seria o de selecionar projetos que tivessem como produto artesanal um produto de base têxtil.

Assim, para a realização deste estudo foram selecionados dois projetos de Portugal que foram objeto de “intervenção do *design*” ou que tiveram algum tipo de trabalho em conjunto com um *designer*.

O primeiro caso em estudo trata-se do Grupo Artesanal Capuchinhas de Montemuro em Portugal, enquanto o segundo caso refere-se ao Grupo Artesanal: Mulheres de Bucos.

Os levantamentos bibliográficos para estes casos foram feitos através da revisão bibliográfica baseada nos trabalhos científicos das investigadoras Albino (2017) e Pires *et al.* (2009). Foi também efetuada a consulta da informação disponível no sítio eletrónico, no caso do grupo Capuchinhas de Montemuro. No segundo caso de estudo, o levantamento deu-se a através de pesquisa na *internet* (notícias e *sites*) e através de um livro publicado pela Câmara de Cabeceiras de Bastos, “Mulheres de Bucos”.

Para a recolha dos dados visando o estudo destes casos, além da recolha dos dados disponíveis na literatura, recorreu-se ainda à realização de visitas e entrevistas, por questionário semiestruturado, aplicado aos *designers* e artesãos. Foram ainda feitas observações por filmagens, fotos e gravações de áudio.

Esta pesquisa tem uma abordagem qualitativa, utilizando estudos de caso múltiplos, com dois casos portugueses, Mulheres de Bucos e as Capuchinhas de Montemuro. O terceiro caso vem do Brasil, especificamente o projeto PRA-ITA realizado no estado do Ceará, caso esse que teve como *designer* no projeto a investigadora deste estudo. Por conseguinte, a experiência da autora num dos casos estudados irá servir de referência para a análise dos resultados adquiridos neste estudo.

No terceiro momento foram realizadas as visitas aos casos portugueses, Capuchinhas e Mulheres de Bucos, onde foram aplicados questionários semiestruturados, ao *designer* e aos artesãos (os questionários encontram-se no Anexo I e II). Foram feitas também filmagens, fotos e gravações de áudios. Quanto ao caso brasileiro, PRA-ITA, a coordenadora do projeto foi entrevistada via *e-mail*, uma outra *designer* que também participou no projeto foi entrevistada, ao passo que uma artesã do projeto foi entrevistada por videoconferência.

Para a análise dos resultados foi utilizado como referência a metodologia da pesquisadora Lucimar Emídio (mestre em *design* da Universidade Estadual de Londrina), de aplicação ao estudo da utilização do *design* por MPES¹⁴ de vestuário de moda. Este método de aplicação a estudo de caso possibilita que o processo de investigação seja sistematizado, facilitando uma posterior proposição ou implementação de ações estratégicas (Emídio, 2012). Este modelo utiliza um roteiro preestabelecido que facilita a estruturação da informação, a análise dos resultados e posterior formulação de conclusões.

Para a preparação do guião de perguntas foi seguida a seguinte estrutura:

- Enquadramento do projeto (social);
- Como se deu a formação inicial do grupo;
- Quantos anos tem de existência;
- Quantos elementos integram o grupo;
- Quantos *designers* trabalham ou trabalharam com o grupo;
- Identificação das pessoas entrevistadas (funções no grupo);
- Local onde ocorreram as entrevistas;
- Data e horário da realização das entrevistas;
- Registo das impressões iniciais ao chegar ao local das entrevistas;
- Como se deu a entrevista;
- Como os produtos dos grupos são comercializados;

¹⁴ Micro e Pequenas Empresas

- Estrutura física onde que o grupo trabalha;
- Como funciona o trabalho do grupo;
- Trabalho realizado em conjunto com os *designers*.

Assim, para a pesquisa optou-se por uma abordagem qualitativa e foi utilizado o estudo de caso múltiplo com dois casos portugueses, tendo como termo de comparação o caso de um projeto brasileiro no estado do Ceará: projeto PRA-ITA, do qual a investigadora fez parte como *designer*. Desta forma, a experiência profissional da pesquisadora serviu de referência para a análise dos resultados alcançados neste estudo.

Com o intuito de se estudar os casos, procedeu-se à criação de um esquema que auxilia na apresentação e na análise dos dados, e que se passa a apresentar.

Através do estudo de caso dos grupos “Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de Bucos” foram desenhados em esquema sete processos (de intervenção dos *designers*), que representam a forma em que cada *designer* trabalhou com esses grupos artesanais, segundo o relato dos artesãos.

Esses esquemas foram divididos em dois tipos, sendo o primeiro deles respeitante aos processos que foram realizados a partir de um “investimento social ou investimento com impacto social”, que se refere a um investimento com duas funções: a financeira e a social, ou seja, pretende obter simultaneamente um retorno financeiro e um retorno social, o que corresponde a cinco dos sete projetos em estudo. Já os dois restantes projetos foram realizados a partir de motivações principalmente comerciais, com o objetivo de gerar somente um retorno financeiro.

3.2. Representação Gráfica dos Esquemas de Análise

Cada unidade do esquema é representada pela figura geométrica de um quadrado, que contém inscrito no seu interior: a ação (na horizontal) e o responsável pela ação tipo: *designer*, artesão e/ou outro profissional (na vertical). As unidades foram criadas tomando como referência as fases do processo do projeto PRA-ITA (no qual a investigadora esteve envolvida), dessa forma todas as unidades estão representadas e quando o quadrado estiver

com a cor branca, representa que aquela ação não ocorreu dentro do processo de intervenção, como se mostra na Figura 13.

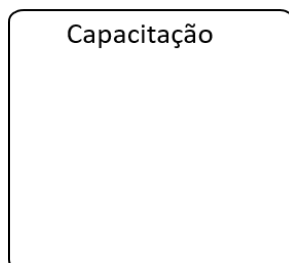


Figura 13 - Representação da ausência da ação (de capacitação por exemplo)

Quando a unidade (quadrado) estiver com outras cores, significa que aquela ação ocorreu dentro do processo. As cores determinam também quais os responsáveis por determinada ação, como representado na Figura 14.

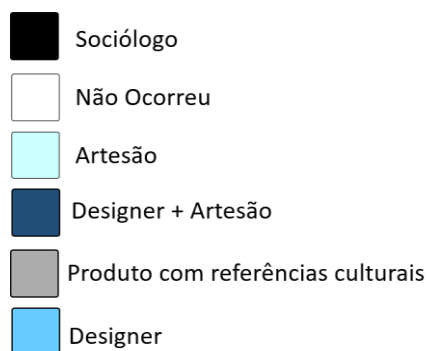


Figura 14 - Legenda dos gráficos

Além das cores, no canto superior esquerdo do quadrado está escrito o nome do responsável por determinada ação, como no exemplo na Figura 15 o responsável é o “artesão”.

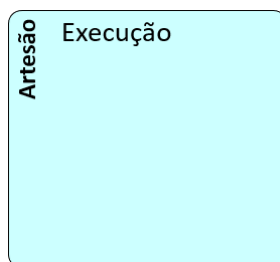


Figura 15 - Responsável pela ação: o artesão

Na parte superior central do quadrado está escrita a ação dentro do processo, conforme a Figura 16.

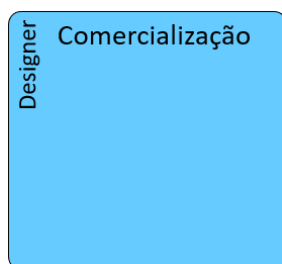


Figura 16 - Descrição da ação

No final do processo existem dois quadrados, sendo que um deles se refere ao produto (de cor cinza), e o outro à autoria (de cor azul) conforme se pode observar na Figura 17. Isto tem como objetivo sinalizar se, no final do processo, os produtos criados têm referências mais ligadas com a cultura do grupo, e se além das características do artesanato, têm uma relação direta com a cultura do artesão ou do *designer*, quando algum destes quadrados estiver em branco, significa que no final do processo o produto criado não tem referências da cultura local.

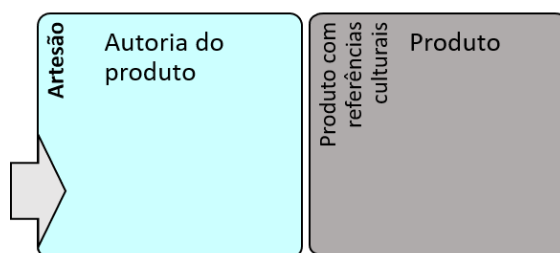


Figura 17 - Produto sem referências da cultura local e autoria

Este esquema é representado em todas as etapas da análise, que são designadamente: "diagnóstico", "projeto", "capacitação", "execução", "acompanhamento da produção" e "comercialização". No final de cada processo será mostrado a quem foi atribuída a autoria da ação e se o produto feito no final do processo teve um referencial cultural. As cores irão determinar quais as etapas estarão presentes ou ausentes, dentro de cada processo.

3.3. Etapas do Processo em Análise

Ao longo do processo irão sendo analisadas as seguintes etapas:

1. **Diagnóstico:** Um estudo prévio sobre o grupo com quem se vai trabalhar, para levantar informações como: qual o produto feito pelo grupo, grau de escolaridade dos integrantes do grupo, aptidões (habilidades) manuais e técnicas, características culturais e históricas do grupo, matéria-prima utilizada e outras disponíveis para serem utilizadas, entre outras informações que possam dar suporte ao trabalho. Esta ação pode ser realizada pelo *designer*, ou por outros profissionais, como por exemplo sociólogos, historiadores, etc.
2. **Projeto:** Planeamento e *design* do produto a ser desenvolvido, com a participação do artesão ou realizado pelo *designer* em *co-design* ou sozinho.
3. **Capacitação:** Formação do artesão, seja ministrada pelo *designer*, seja ministrada por uma equipa de apoio, que pode trabalhar as carências percebidas no diagnóstico ou durante o processo da intervenção. Podem ser trabalhados conteúdos referentes ao produto, ao acabamento, qualidade, padronização de medidas e tingimentos naturais, entre outros conteúdos e técnicas, com foco não apenas no produto, mas também na comercialização e empreendedorismo.
4. **Execução:** execução do produto, esta é uma das ações desempenhadas pelo artesão na maioria dos processos, uma das características do trabalho artesanal.
5. **Acompanhamento da Produção:** Monitorização da execução/produção e qualidade do produto. Esse acompanhamento possibilita a alteração do processo ou do produto, possibilitando também ao longo do processo a realização de alterações no *design* do produto, que podem ser referenciadas pelo *co-design*.
6. **Comercialização e autoria do produto:** refere-se a quem vai comercializar o produto. A comercialização é muitas vezes feita pelo autor do produto, neste caso quem assina o produto é quem comercializa e essa comercialização pode ser compartilhada. Assim, em algumas intervenções cria-se um produto para uma exposição, produto esse que não vai ser comercializado no evento, contudo, após o evento o artesão poderá replicar o produto visando a sua comercialização, ao passo

que noutros casos, só o *designer* poderá comercializar o produto e o artesão limitar-se-á apenas à produção deste.

A comercialização do produto está diretamente relacionada com a autoria do mesmo, tal como foi citado acima. Na maioria das vezes, quem é apontado como autor do produto fica com o direito de comercialização, mas em alguns casos esse direito é compartilhado e a comercialização também.

7. **Novo produto:** Criação de um novo produto com *design* diferenciado, com inovação, ou um produto com referência cultural, em que o *designer* ou o artesão embebe o produto de elementos da sua cultura, como arquitetura, pinturas, esculturas, elementos decorativos da fauna, flora do lugar ou os costumes e crenças populares, como elementos de inspiração para utilizar no *design* do produto.

3.4. Trabalho de Campo

A visita ao Grupo Artesanal Capuchinhas em Montemuro teve lugar no dia 27/03/2018 pelas 14 horas, na sede do grupo em Castro Daire, Viseu, Portugal, onde foram entrevistadas 5 pessoas (de acordo com os questionários presentes nos anexos I e II).

A visita ao grupo artesanal Mulheres de Bucos realizou-se no dia 30/05/2018 pelas 14 horas, em Cabeceiras de Basto, Distrito de Braga, na sede do grupo, Casa da Lã, onde foram entrevistadas as 10 pessoas, especificamente 8 artesãs, 1 administradora e 1 *designer*.

Quanto ao projeto brasileiro, PRA-ITA, recorreu-se ao levantamento bibliográfico, realizado através dos autores, Braga (2004), Filgueiras (2005) e Oliveira (2006), assim como em *sites* de informações sobre o município, IBGE (2014), documentos oficiais e, ainda, relatórios do projeto cedidos pela administração pública do município de Itapajé, relativos ao ano em que ocorreu o projeto. Recorreu-se ainda à entrevista por *email* a uma outra *designer*, Iara Braga, que também participou no projeto, tendo sido igualmente entrevistada a coordenadora do projeto, Maria Sônia, ao passo que a artesã do projeto Rosa Maria Brandão foi entrevistada por videoconferência.

Após se ter procedido à recolha de toda a informação, foi realizada uma análise qualitativa dos dados, onde foram desenhados sete processos de realização das intervenções dos *designers*.

Nos capítulos seguintes apresentam-se os resultados de cada um dos estudos de caso em separado e, posteriormente, a sua análise conjunta.

Na quarta e última fase, procede-se à elaboração de dois quadros comparativos dos processos de intervenções dos *designers* nos grupos. Um quadro tem os processos com motivações sociais, enquanto o outro refere-se os processos por motivações comerciais.

4. APRESENTAÇÃO E TRATAMENTO DE RESULTADOS

Antes de se passar à apresentação dos casos de estudo, torna-se necessário apresentar um pouco do projeto PRA-ITA, o qual serve de base de comparação para esta análise e no qual a investigadora deste trabalho esteve envolvida.

4.1. Contexto do Projeto PRA-ITA

Previamente à exposição do projeto PRA-ITA, é necessário relatar a importância do artesanato para esse pequeno município de Itapajé, localizado no interior do Ceará, nordeste do Brasil. Itapajé¹⁵ é uma cidade centenária, reconhecida no Brasil pela sua produção de bordado, seja manual ou à máquina.

A cidade era habitada por índios Anacé, Apuiaré e outras etnias de Língua Tupi e Tapuia. Em 1607, a região já fazia parte das escritas dos padres Francisco Pinto e Pereira Figueira, que passaram pela região com a missão de contactar os indígenas na chapada da Ibiapaba.

Com a chegada dos Portugueses, acredita-se que juntamente com a pecuária implantada na região foi também trazido o bordado português, facto igualmente ocorrido em outras regiões do Brasil.

Para Filgueiras, o Ceará, localizado na região nordeste do Brasil, é o estado com a maior representatividade na produção de peças bordadas, sendo Itapajé a cidade de maior tradição na produção e comercialização de bordados. (Filgueiras, 2005)

Segundo a Central de Artesanato do Ceará (CEART), a exploração da atividade do bordado no estado tem maior representatividade nos municípios de Maranguape e Itapajé. O maior volume de bordado é produzido em Itapajé.

A produção artesanal de bordado tem uma grande importância económica para o município de Itapajé, a quantidade de bordados comercializados nessa pequena cidade chega a vários estados do Brasil, chegando inclusivamente até ao exterior, porém com baixa qualidade e

¹⁵ Fica a 125km de Fortaleza, capital do Ceará, ocupa 399km² da parte meridional da Serra de Uruburetama. Situada a 262 metros de altitude. Tem como seu principal acesso a rodovia BR-222, sendo a sua população composta de 51.945 habitantes. Dados recolhidos no site IBGE (IBGE, 2014)

preços muito baixos. Um dos maiores pontos de comercialização do bordado é uma feira chamada “Feira do Bordado Sujo”, que ocorre semanalmente na cidade. Esta tem início na madrugada e dura até ao meio-dia, feira essa frequentada por pessoas de vários estados do Brasil.

O bordado de Itapajé tem representatividade significativa dos traços culturais e ocupa a grande parte da mão-de-obra na cidade, constituindo-se como fonte principal de sustento da população, não só na produção dos bordados, como também na comercialização do produto artesanal e na comercialização de matéria-prima.

O bordado, por ser produzido por mais de 80% da população, em todos os bairros, distritos e localidades do município, é movimentador do comércio local (dados fornecidos pela prefeitura de Itapajé em 2003, diagnóstico realizado pela administração do município).

A quantidade de bordadeiras na cidade é tão significativa, que facilmente, ao caminhar na cidade, se escuta o barulho das máquinas a funcionar, sendo também fácil encontrar vários varais com bordados a secar, tal como mostra a Figura 18.



Figura 18 - Estendal de Bordados a secar.
Fonte: Oliveira (2006)

A família toda é envolvida na produção do bordado, a mulher, como personagem principal, borda (ou à mão ou à máquina), as tarefas domésticas são distribuídas entre filhas, filhos e maridos, 62% dos membros das famílias executam alguma das etapas do bordado, onde 70% da população são mulheres (Filgueiras, 2005). Pode-se observar na Figura 19, que também os homens bordam.

Quanto à economia do município de Itapajé, Braga (Braga, 2004) menciona que a economia que movimenta o comércio de Itapajé está dividida entre o cultivo da banana, a produção de bordados e a produção de sapatos, tendo incentivado e contribuído para o crescimento do comércio local (Braga, 2004).



Figura 19 - Homem bordando em Itapajé (filho e genro de D. Eronildes artesã).
Fonte: (Oliveira, 2006)

O que é o projeto PRA-ITA

O Projeto de revitalização do artesanato em Itapajé foi promovido pela prefeitura de Itapajé, teve início em agosto de 2002 a partir do diagnóstico realizado pela Professora Germana Fontenelle, da Universidade Federal do Ceará, e prolongou-se até ao ano de 2004.

O diagnóstico constatou a necessidade de fortalecimento da atividade artesanal de Itapajé, a qual se encontrava com baixa qualidade, falta de originalidade nos produtos artesanais e preços muito baixos.

Após esse diagnóstico em busca de reativação da vocação local, foi tomado o primeiro passo, que consistiu em “cadastrar” os artesãos da cidade, através de fichas “cadastrais” e fotografias dos produtos e dos artesãos de todo o município. Foram levantados dados sobre o produto, material utilizado, tipos de produtos, compra de matéria-prima e forma de comercialização.

Dessa forma, seria possível a formatação do plano de ação que envolveria a comunidade. Um grupo multidisciplinar foi envolvido no projeto na época, nomeadamente Luiza Braga, secretária de educação do município do Itapajé, a coordenadora Maria Sônia, especialista

em gestão de património cultural, as *designers* de moda Virgínia Viana, (pesquisadora deste trabalho) e Iara Braga, o sociólogo Ézio Lousada e uma equipa composta por *designer* gráfico e publicitário que foram responsáveis pelo material de marketing utilizado no projeto.

Esta equipa tinha como objetivo dar formação aos grupos artesanais, com a finalidade de estabelecer a conexão dos grupos com a cultura local, melhorar a qualidade e as ferramentas para uma melhor comercialização.

O projeto teve a atenção focada em estabelecer com eficiência a comercialização, dando aos grupos trabalhados no projeto a oportunidade de participação dos artesãos com os seus produtos em feiras locais e em feiras de importância nacional.

Após o diagnóstico realizado no município, focando quais as atividades artesanais existentes na região, verificou-se que a tipologia artesanal de maior quantidade e de maior impacto económico no município era o bordado, fosse este manual ou à máquina.

O diagnóstico foi aprofundado nas seguintes áreas:

Histórica – como a atividade teve início na região, quais os personagens importantes dentro dessa história e o papel de cada um no desenvolvimento desse percurso.

Artesãos – idade, sexo, classe social, quais as funções que exerciam dentro do processo artesanal, rendimentos, etc.

Produção – a produção artesanal de Itapajé era muitas vezes confundida com uma produção de bordados industrial, não pela qualidade, mas devido à quantidade de produção e à forma de organização para produzi-lo. Cada integrante da família tinha o seu papel na produção do bordado, homens, mulheres e crianças eram envolvidos no processo de produção, cada um com a sua função. Era preciso separar as pessoas que trabalhavam realmente de forma artesanal.

Comercializações – os compradores buscavam preço baixo e grande quantidade de produtos. Não se preocupavam com originalidade e qualidade, faziam vendas de produtos sem acabamentos (chamados de bordados sujos) levando à baixa de preços, a compradores fraudulentos e a quedas significativas nas vendas.

Produto – não tinha qualidade, com raras exceções, sem originalidade, eram muitos semelhantes (utilizavam o mesmo risco). Trabalhavam elementos descaracterizados que não faziam parte da cultura, dos cultivos ou nem mesmo do clima. Eram utilizados motivos como morangos (Fig. 20), que não fazem parte nem do cultivo local (por ser uma região de clima quente), e nem nos hábitos alimentares locais.

Feito o diagnóstico e o cadastro, iniciou-se o desenvolvimento do método de ensino que seria utilizado para a capacitação dos artesãos, focado na sustentabilidade econômica e ambiental, diferencial, originalidade, referências culturais, qualidade, autoestima e qualidade de vida do artesão.



Figura 20 - Bordado com morangos da artesã Rosa
Fonte: Rosa (2014)

O projeto foi trabalhado em três fases: na fase I trabalhou-se a motivação, na fase II o desenvolvimento do produto e na fase III o empreendedorismo. Cada uma das fases foi desenvolvida em quatro a cinco módulos que tinham como base vivências lúdicas e tarefas práticas moduladas por assunto, em que a cada momento os assuntos anteriores eram revistos e referenciados dentro da prática das atividades.

O objetivo era não só desenvolver as práticas, mas também o desenvolvimento crítico dentro dos processos, levando o artesão a pensar, a criticar e a fazer o seu produto dentro da sua cultura, vivenciando e se sentindo dentro do seu território de origem.

Para Oliveira, o PRA-ITA demonstra como o trabalho realizado com os grupos artesanais deve respeitar e levar em consideração o contexto em que estão inseridos. Considerar as

vivências culturais dos grupos artesanais, sem levar modelos prontos, e despertar o interesse pelo “saber-fazer” dos artesãos, são atitudes éticas e responsáveis (Oliveira, 2006).

Após toda essa capacitação, cada grupo havia desenvolvido a sua coleção, catalogada com fichas técnicas, com custos e estratégias de venda, pelo que no passo seguinte seria tratar de comunicar tudo isso ao mercado. Foram reunidos vários profissionais para se pensar numa estratégia de marketing e no lançamento no mercado, que foi mais uma vez feito com o apoio da prefeitura de Itapajé.

Um catálogo foi criado com os produtos, pensado para exportação, pelo que os textos foram escritos em língua portuguesa e inglesa, com fotos de qualidade, tal como se pode observar na Figura 21.



Figura 21 - Capa do catálogo de produtos de Itapajé
Fonte: Oliveira (2006)

Um ponto de venda fixo foi montado pelo grupo da localidade de Barateiro, que tem até hoje uma articulação forte com o grupo. Esse mesmo grupo produziu um bordado com uma flor encontrada em abundância na região (a flor do Flamboyant), árvore que além de produzir lindas flores é sinónimo de persistência no sertão do Ceará. Quando se coloca o bordado anteriormente produzido ao lado deste bordado produzido após a capacitação realizada no PRA-ITA, é possível ver-se claramente a mudança de referências que os grupos passaram a ter, facto que pode ser constatado na Figura 22. Valorizar o fazer manual e as pessoas que o fazem foram os objetivos do projeto PRA-ITA na melhoria da qualidade de vida local.



Figura 22 - Produtos de Itapajé depois e antes do projeto PRA-ITA

Fonte: Rosa (2014) e Sítio da Mata (2018)

Enquadramento - se o grupo se iniciou com um investimento social ou não: este projeto de intervenção social foi idealizado e executado pela Prefeitura Municipal de Itapajé/Ceará/Brasil, que fez um investimento social para o fortalecimento da atividade artesanal com o objetivo de tirar os habitantes de riscos de pobreza.

Grupos trabalhados: Inicialmente foram trabalhados 9 grupos que tinham em média 10 integrantes, 4 desses grupos não deram continuidade ao projeto, tendo sido apenas 5 os grupos que trabalharam do início até ao fim do projeto.

Duração: O projeto iniciou-se em 2002 e finalizou em 2005, tendo a duração de 3 anos.

Quantos integrantes: Em média, em cada grupo participavam 10 integrantes, totalizando aproximadamente 50 artesãos que participaram no projeto.

Quantos *designers* trabalharam com o grupo: Duas *designers* trabalharam no projeto.

As pessoas entrevistadas: Foram entrevistadas a *designer* (Iara Braga), a coordenadora do projeto (Maria Sônia) e uma artesã (Rosa Maria) de um dos grupos que participou no projeto.

Local onde ocorreram as entrevistas: A entrevista com a *designer* decorreu na Universidade do Minho, em Portugal, de forma presencial, as outras duas entrevistas foram realizadas por *email*.

Data e horário das entrevistas: decorreram de acordo com a disponibilidade dos entrevistados, entre os meses de junho e agosto de 2018.

Material utilizado para realizar as entrevistas: Um questionário semiestruturado, telemóvel para gravar a entrevista, máquina fotográfica, caderno para apontamentos e computador.

Impressões iniciais ao chegar ao local das entrevistas e como se deu a entrevista: Diferentemente das outras entrevistas, que ocorreram num lugar único para todos os entrevistados, estas entrevistas ocorreram de formas e em lugares e tempos distintos. A *designer* foi a primeira entrevistada, nas instalações da Universidade do Minho, com a aplicação do questionário de forma presencial, já no que concerne às outras entrevistadas, os questionários foram enviados por correio eletrónico, tendo as respostas sido recebidas posteriormente.

Com são comercializados os produtos desenvolvidos pelos grupos?

Estratégia de Marketing

Esta etapa foi desenvolvida com a equipa do projeto juntamente com um *designer* gráfico e um publicitário. Foram desenvolvidos para o projeto uma marca, uma peça publicitária para divulgação dos produtos, embalagem, etiqueta e *stand* para participação em feiras.

Lançamento dos produtos

Os lançamentos dos produtos foram feitos em três momentos. Primeiramente foram lançados em Itapajé, local de origem dos artesãos. Depois, num evento com abrangência no estado do Ceará e, para finalizar, num evento com âmbito nacional.

Apoio da prefeitura para a comercialização dos produtos

Em 2002, a Prefeitura Municipal de Itapajé, através da sua Assessoria Turística, implementou o Projeto “Barracão do Artesanato”, um espaço destinado à comercialização dos produtos artesanais que foi cedido pela Prefeitura de Itapajé. A sua localização era em frente ao Terminal Rodoviário Dr. Luiz Forte da Silva, na BR-222, em Itapajé.

No mesmo ano foi criada uma extensão do “Barracão do Artesanato” na localidade do Barateiro, onde se fixava um dos grupos apoiados pelo projeto, com o apoio da Secretaria Municipal da Assistência Social e do PRA-ITA. Os artesãos tinham, por conseguinte, mais um espaço para comercializar seus produtos.

Estrutura física em que o grupo trabalha: Cada grupo trabalhava na sua comunidade, cada bordadeira em sua casa, reunindo-se somente para tomar decisões relativas à comercialização e divulgação.

Dinâmicas de intervenção dos *designers* junto do grupo de trabalho: A metodologia utilizada neste projeto foi desenvolvida por um sociólogo que acompanhou toda a aplicabilidade dessa metodologia, junto do grupo. Eram realizadas reuniões sistemáticas para o acompanhamento da aplicação da metodologia e a definição das etapas a serem realizadas.

O trabalho foi desenvolvido por uma equipa composta pela coordenadora, um sociólogo, duas formadoras, *designers* e um profissional responsável pelo diagnóstico, o qual foi realizado por um sociólogo.

A figura 23 mostra o método por etapas, da maneira como foi trabalhado com os grupos. O sociólogo realiza um “diagnóstico” prévio do grupo. A partir desse diagnóstico, o *designer* define o seu plano de ação para o trabalho a ser desenvolvido com o grupo, “define as capacitações” que o grupo necessita desenvolver, que podem ser realizadas pelo próprio *designer* ou por outros profissionais de áreas de atuação diversas.

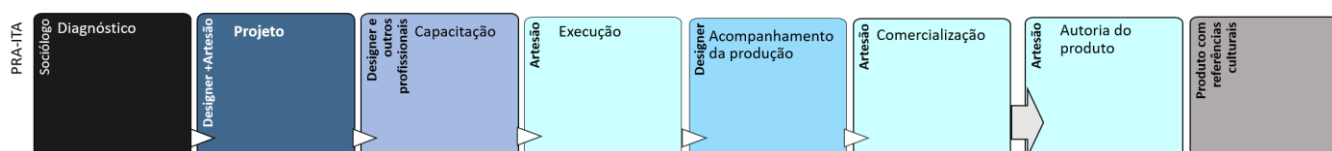


Figura 23 - Processo de trabalho do projeto PRA-ITA

Neste processo, o *designer* faz o projeto do produto em conjunto com o artesão, somando-se os conhecimentos de ambos para a obtenção dos melhores resultados, o que resulta numa troca de conhecimentos. O “acompanhamento da produção” é realizado pelo *designer* com o fim de diminuir erros e, se for o caso, remodelar o projeto no decorrer do processo, possibilitando também uma maior troca de conhecimento entre *designer* e artesão.

O “lançamento” do produto é uma das áreas fundamentais para o sucesso da “comercialização” do produto, e quando os profissionais (artesão + *designer*) executam juntos essa etapa, têm maior possibilidade de sucesso. Nesse processo, a comercialização é

realizada pelo artesão, com o apoio de financiamento para participação em feiras e eventos que facilitem essa comercialização.

O projeto passou pelos seguintes passos:

Diagnóstico: Realizado por uma *designer* e um sociólogo, com foco nos seguintes aspetos:

- Histórico: Foi feito um levantamento histórico de como a atividade artesanal teve início naquela região;
- Artesãos: Quem eram os artesãos, quantos eram, onde estavam localizados e quais as habilidades manuais que possuíam;
- Produto: Quais os tipos e tipologias de artesanato existentes na região, quais as necessidades de melhoria nos produtos, a originalidade e a qualidade dos produtos, apresentação desse produto ao ser comercializado;
- Produção: Como eram produzidos esses artesanatos e de que forma os grupos eram organizados;
- Comercialização: onde e como os produtos eram comercializados, quais os preços praticados, de que forma esse produto era visto pelo mercado.

Cadastro: Após o diagnóstico foram apontadas todas as necessidades a serem supridas e, simultaneamente com a realização do diagnóstico, foi realizado um cadastro de artesãos e de produtos.

Plano de ação: Desenvolvimento do “método”.

A forma como se iria trabalhar com os artesãos foi chamada pela coordenadora como “método”, que foi desenhado exclusivamente para este projeto e, segundo a coordenadora, teve como base a sua experiência pessoal de trabalho com outros grupos.

Alguns princípios nortearam toda a ação, especificamente, era preciso respeitar os aspetos culturais, a sustentabilidade económica e ambiental, a originalidade dos produtos, a qualidade dos produtos e a qualidade de vida das pessoas envolvidas em todo o processo. Este “método” tem também como objetivo desenvolver a capacidade empreendedora do

grupo, para que, no fim do trabalho, os grupos tivessem como trabalhar de forma independente.

Execução: Desenvolvimento dos produtos e formação dos artesãos, o desenvolvimento de novos produtos foi feito intercalando formação com desenvolvimento do produto. Para uma melhor aprendizagem do conteúdo, o mesmo foi abordado de forma lúdica em alguns momentos, e levando-se todo esse conteúdo para o mais próximo possível do cotidiano dos artesãos, com material rico em imagens, casos reais e aulas práticas.

No final de cada fase, era trabalhado de forma prática o produto de cada grupo. A título de exemplo, quando se trabalhava o artesanato e a cultura, era feito um levantamento de imagens da cultura daquele lugar em que o grupo estava inserido. Esse processo foi dividido em três fases:

1ª Fase – Motivação: esta fase foi dividida em quatro módulos, e teve início com a apresentação do projeto e os seus objetivos. Em seguida, foram abordados temas como os tipos de mercado, as suas principais abrangências e a criatividade como habilidade de cada ser humano. Foi apresentado o artesanato como parte integrante da cultura de um povo, a importância da valorização desse artesanato por parte dos artesãos, o significado e a importância de um produto original e, por fim, a relação do produto com o consumidor.

2ª Fase – Desenvolvimento do Produto: nesta fase foi feito o desenvolvimento do produto em si, tendo sido efetuada a definição do mercado consumidor a que se destinava o produto, a escolha do tema que se referenciasse com a cultura dos grupos, a definição dos produtos, desenho, ficha técnica e o levantamento de custos, para fixar o preço de venda (a ser trabalhado na próxima etapa), prototipagem e melhoramento de acabamentos e forma de produção, através da experimentação das diversas competências dos grupos.

3ª Fase – Empreendedorismo: nesta fase foram trabalhadas definições de empreendedorismo dentro da realidade de cada grupo, as características pessoais e as atitudes necessárias para empreender, a visão empreendedora, tendo sido realizado o cálculo de preço das peças, junto de cada grupo.

4.2. Estudos de Caso

Passa-se agora a apresentar os estudos de caso em separado, começando-se com o “Grupo das Capuchinhas”. Inicialmente, é apresentada uma breve descrição e a caracterização do grupo a partir de informação secundária recolhida na literatura, em *sites* do grupo e em médias sociais. Posteriormente, apresenta-se o resultado do estudo de campo com as entrevistas e as análises das intervenções dos *designers*.

4.2.1. Caso 1: As Capuchinhas de Montemuro

Segundo Ferreira, Neves e Rodrigues (2012), as Capuchinhas de Montemuro são uma Cooperativa (Cooperativa Capuchinhas CRL) formada por cinco mulheres que criam peças contemporâneas de burel, linho e lã, através de teares manuais, na localidade de Campo Benfeito, no Norte de Portugal. As suas peças são tradicionalmente criadas a partir de fio de linho rústico e tecidas em teares manuais, contendo detalhes feitos com fios coloridos na trama, a Figura 24, é um exemplo de uma peça da coleção verão 2018.



Figura 24 - Jaqueta Capuchinhas
Fonte: Capuchinhas CRL (2006)

Segundo Albino (2017), o grupo formou-se a partir de dois cursos de formação de corte e costura, oferecidos na região norte de Portugal pelo CEARTE (Centro de Formação para o Artesão e Património)

Esse curso aconteceu em 1985 em Campo Benfeito, uma aldeia portuguesa que pertence à freguesia de Gosende, em Castro Daire, situada em plena serra de Montemuro.

Posteriormente, o grupo participou num outro curso, que foi realizado no Porto, oferecido pela Comissão para a Igualdade dos Direitos das Mulheres (CIDM), em que participaram as três artesãs Henriqueta Félix, Helena Félix e Ester Duarte (Albino, 2017).

De acordo com a mesma pesquisadora, o grupo formou-se em 1987, dois anos após o início do curso de formação, e numa fase inicial, durante os primeiros oito anos, o projeto teve apoio internacional da Comunidade Europeia, através de uma ação do Instituto dos Assuntos Culturais (ICA)¹⁶. Isto teve como consequência a revalorização das técnicas artesanais locais utilizadas para a produção de “capuchas”, um agasalho tradicional da serra de Montemuro. O nome desse produto, “capucha”, foi utilizado como inspiração para o nome do grupo, sendo possível observar-se o capucho em burel na Figura 25.



Figura 25 - Capucha confeccionada em burel
Fonte: Cardoso (2006)

O grupo constituiu-se como cooperativa em 1999 e, quando terminaram os apoios financeiros, o projeto continuou a crescer de forma autónoma (Albino 2017). A marca Capuchinhas de Montemuro mantém-se no mercado e comercializa os seus produtos em vendas *online* (<https://capuchinhas.blogspot.com/>) e também fisicamente, em dois pontos de venda em loja física no Porto e na sede das Capuchinhas (Capuchinhas CRL, 2006).

¹⁶ O Instituto dos Assuntos Culturais, que em 1982 iniciou um projeto de desenvolvimento integrado, na zona da Serra de Montemuro, a partir do momento em que esta foi considerada uma das zonas mais carenciadas da Europa. Os apoios foram obtidos através de uma organização Sueca, o Siv Follin, com o objetivo de lutar contra a desertificação da região. Esta organização tinha como trabalho identificar os conhecimentos e os meios de produção que permitissem aos cidadãos habitarem com dignidade os seus lugares de origem.

A Cooperativa Capuchinhas CRL, conhecida também como Capuchinhas de Montemuro, dedica-se à produção de peças de vestuário, roupas e acessórios, feitos em linho, lã e em burel. Pode-se ver na Figura 26 uma peça confeccionada em lã, tal como as peças feitas de linho, é tecida em tear manual, o seu tingimento é feito com plantas da região, havendo também peças produzidas em malha de lã (*Capuchinhas CRL*, 2006).

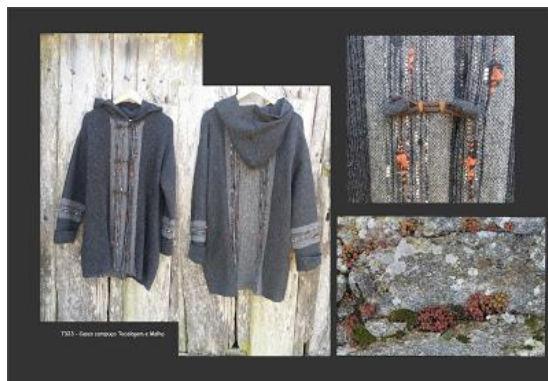


Figura 26 - Casaco de tecelagem e malha de lã
Fonte: Capuchinhas CRL (2006)

O Burel é um tecido feito de lã que é impermeável e quente, ideal para invernos rigorosos, tipicamente produzido na Serra da Estrela (Portugal). Chegou a ser produzido pelas artesãs, mas já não o é mais nos dias de hoje, Henriqueta (uma das artesãs) descreve o que é burel:

“O burel era tecido nas aldeias pelas pessoas, eles iam junto ao Rio Paiva havia lá o pisão que era movido com água e tecelagem que elas levavam era pisoada e faziam as trocas por bens que tinham, porque havia pouco dinheiro ou levavam centeio ou levavam milho ou queijo haviam muitas vacas, aqui é uma região bastante boa para a pastorícia e as vezes trocavam também por castanhas, azeitonas na Paiva havia mais.”

As Capuchinhas trabalham o material com apliques bordados e recortados no próprio burel ou agregam-lhe outros tecidos ou malhas de lã para diferenciar as peças, tal como se mostra nas Figuras 27 e 28.



Figura 27 - Casaco em Burel

Fonte: <https://capuchinhas.blogspot.pt/2017/>



Figura 28 - Peça em Burel com apliques

Fonte: Capuchinhas CRL (2006)

Capuchinhas de Montemuro: visita e entrevistas

As Capuchinhas, com 31 anos de trabalho como grupo, já realizaram vários trabalhos em parceria com outros profissionais, assim, estas trabalharam em momentos distintos com cinco *designers* e, dessa forma, vivenciaram mais de um processo de trabalho criativo.

Os processos foram desenhados de acordo com o relato do grupo (não há aqui a intenção de análise segundo conceitos do *design*). De forma a identificar a forma como os diferentes grupos trabalham e perceber qual a intervenção dos *designers* nas dinâmicas dos grupos, construíram-se os esquemas do processo relativos ao funcionamento de cada projeto.

Enquadramento: O grupo teve início com um investimento social.

Como se deu a formação inicial do grupo: o grupo foi formado no ano de 1987, após um curso de formação, com incentivos sociais de um fundo internacional. O projeto contou com

o apoio internacional da Comunidade Europeia, através de uma ação do Instituto dos Assuntos Culturais (ICA), que em 1982 iniciou um projeto de desenvolvimento integrado, na zona da Serra de Montemuro, a partir do momento em que esta foi considerada uma das zonas mais carenciadas da Europa, com risco de desertificação, com o apoio financeiro de uma organização Sueca, o Siv Follin.

Quantos anos de existência: O grupo tem 31 anos de formação.

Quantos integrantes do grupo: Fazem parte do grupo, hoje, cinco artesãs.

Quantos *designers* trabalharam com o grupo: Trabalharam com o grupo, ao longo de 31 anos, cinco *designers*.

Entrevistados: Uma artesã, a Henriqueta, respondeu à maioria das questões, os restantes elementos do grupo encontravam-se todos presentes e, em algumas perguntas, responderam juntos. Foi entrevistada também uma *designer* que trabalhou no início com o grupo.

Local: Rua da Moutinha, Aldeia do Campo Benfeito 3600-371 Castro Daire, Viseu, Portugal
Antiga escola secundária.

Data: 27 de março de 2018

Horário: 14h às 17h

Material utilizado: Um questionário semiestruturado, telemóvel para gravar a entrevista e máquina fotográfica.

Impressões iniciais: Durante a viagem e com a aproximação à Aldeia do Campo Benfeito, chamou a atenção o fato de que, juntamente com a sinalização de trânsito, existem placas assinalando a localização das Capuchinhas, como se pode observar na Figura 29, o que deu a entender que o grupo se organizou para que pudesse ser facilmente localizado.



Figura 29 - Placas de sinalização
Fonte: do próprio autor (2018)

A aldeia é pequena, formada por 30 habitantes, não existindo nela crianças em fase escolar, por esse motivo, o prédio que anteriormente era a escola da aldeia foi doado pela freguesia para ser a sede da Cooperativa das Capuchinhas. O edifício é uma estrutura adequada para as atividades do grupo, e o mais importante, e que foi por várias vezes ressaltado pelo grupo, elas não precisaram sair do local onde nasceram para trabalhar. Henriqueta indaga “quantos de nós, podemos sentir assim, tão bem profissionalmente e ainda poder trabalhar na nossa terra? “

Como se deu a entrevista: A entrevista teve início com uma conversa informal, mas o grupo decidiu que uma das integrantes iria responder a todas as perguntas, sendo que a qualquer momento, as demais poderiam fazer intervenções. A Henriqueta foi uma das impulsionadoras da fundação, em 1987, da Cooperativa Capuchinhas. Hoje, além de conceber as peças de vestuário exclusivas da cooperativa, ela organiza o trabalho de administração e de finanças e efetua o atendimento ao público, no ateliê, nas vendas *online* e em feiras de artesanato.

A Henriqueta mostrou toda a estrutura do edifício onde o grupo está instalado. Na entrada situam-se um pequeno escritório e a loja de venda ao público. Como pode ser observado na Figura 30, o grupo dispõe de algumas peças para pronta entrega, contudo, principalmente os casacos de inverno são feitos sob medida, através de encomendas realizadas de duas formas: presencialmente ou pelo *site* <https://capuchinhas.blogspot.com/>, com posterior envio pelo correio.



Figura 30 - Loja sede das Capuchinhas
Fonte: do próprio autor (2018)

Comercialização: A comercialização dos produtos, inicialmente, era efetuada através da participação em feiras em Viseu e noutras cidades, tendo recebido ajuda financeira para participar nos eventos, tal como menciona Henriqueta:

..., tivemos realmente uma coisa muito boa, havia uma instituição que se chama ICA (Instituto de Assuntos Culturais), que naquele início trabalhou aqui e foi o que nos levou às feirinhas de artesanatos à procura de mercado porque havia rede de comercialização havia apoio às associações locais. Nos fez andar sem nós termos dinheiro naquela altura agora ultimamente temos como seguir pois já estamos mais ou menos autossustentáveis para conseguirmos levar em frente com épocas mais baixas e outras não.

Atualmente, muitas das encomendas são feitas de forma *online* e presencial, nas palavras de Henriqueta das Capuchinhas, “muita gente que passa vem e fica de passeio, vem de férias e passa por aqui. Depois escolhem as coisas muitas vezes não vêm comprar e levam uma pequena lembrança. Há pessoas que vêm para comprar mesmo para outras que fazem a encomenda...”. O grupo comercializa, além de peças do vestuário, outros produtos como porta-chaves, alfinetes, porta-moedas, bolsas, chapéus. Estas peças, aproveitamento de sobras de matéria-prima, têm um preço mais reduzido, pelo que acabam sendo vendidas como uma recordação. Na Figura 31 pode-se observar alguns desses produtos.



Figura 31 - Bolsas, chapéus do grupo Capuchinhas
Fonte: do próprio autor (2018)

Nos meses de verão as vendas são maiores, sendo igualmente maior o número de visitantes, muitos deles provenientes das cidades do Porto, Régua, Lamego e Viseu, cidades próximas da aldeia.

Os preços praticados nos produtos vão desde os €3,45 até aos €400,00 para casacos mais caros, tal como detalha Henriqueta das Capuchinhas:

Temos coisinhas que custam de €3.45, as miudezas, os alfinetes, os porta-chaves, coisinhas pequenininhas e temos um casaco que é o mais caro que custa €400,00 euros, casaco bordado e de reciclagem. Nosso preço é feito mediante as horas de trabalho, que é feito aquele produto. A maior parte é de €150,00 a €180,00, e entre €125 a €200 euros, um ou outro assim, fora do normal.

Estrutura física em que o grupo funciona: O prédio tem duas divisões, estando a loja e o escritório instalados na parte menor. Na parte maior fica o salão, onde estão os quatro teares, tendo dois deles sido comprados com a formação do grupo, e sendo neles feita a maior parte da coleção. Há ainda um mais antigo, que é usado em alguns produtos, e um outro pequeno, que é usado em eventos para demonstração de trabalho.

Nesse salão estão também a mesa de corte, o armário para armazenamento de matéria-prima, as máquinas para confeções das peças e o ferro de engomar. Pode-se observar nas Figuras 32 e 33, a seguir, as instalações e os teares utilizados pelo grupo.



Figura 32 - Teares e as integrantes da Cooperativa Capuchinhas
Fonte: do próprio autor (2018)



Figura 33 - Maquinário para montagem das peças
Fonte: do próprio autor (2018)

Como funciona o trabalho do grupo: O trabalho do grupo decorre em horário comercial estabelecido para o grupo todo, que hoje tem uma formação de quatro pessoas, Henriqueta menciona que “aqui nas Capuchinhas somos quatro, trabalhamos o tempo inteiro, duas trabalham na confeção do vestuário e duas fazem a tecelagem dos tecidos.” As funções de cada uma dentro do grupo encontram-se bem definidas e é notória a harmonia do grupo, no decorrer do trabalho.

Trabalho realizado junto dos *designers*: O grupo tem 31 anos de formação, como citado anteriormente, dessa forma, teve a oportunidade de trabalhar com vários *designers*, que tinham interesses e objetivos diferenciados junto do grupo.

- **A *Designer* Helena Cardoso**



Figura 34 - Foto designer Helena Cardoso
Fonte: Leonel de Castro/Global Imagens

“Helena, a mulher que de pastoras fez artesãs”, assim se referem a essa *designer*, que ao longo de décadas andou pelas serras de Portugal a ensinar as mulheres a trabalhar a lã. Helena Cardoso levou-lhes a inovação e fez delas criadoras de moda com respeito pela tradição. *Designer*, formadora, artista plástica e amante das tradições (Pedro, 2010), detentora de marca própria, é uma *designer* portuguesa que explora a autenticidade como forma de luxo, criando uma marca de moda independente com habilidades artesanais portuguesas (Cardoso, 2015).

Embora Helena Cardoso seja uma estilista radicada no Porto, a sua obra tem uma escala maior. É artista, criadora, a arte desta mulher tem realmente libertado muitas mulheres de vidas dispersas pelo meio de rebanhos nas encostas das Serras da Freita e do Montemuro, entre outras. Reabilitou os antigos teares, por ela se salvou alguns teares de terem o destino de tantos, tantos outros: a fogueira, reabilitou e deu dignidade ao trabalho feminino, através do artesanato (Pedro, 2010).

A *designer* já recebeu uma condecoração do presidente da República pelo seu trabalho desenvolvido junto dessas mulheres. Com peças por elas executadas (tecido, malha), criou coleções com a sua marca e estilo, em fibras naturais, lã, linho, algodão. Estas mulheres deixaram o fundo da casa e o meio dos rebanhos e voltaram a sentar-se aos teares; algumas aprenderam, outras reaprenderam (Pedro, 2010).

A Designer Helena Cardoso e as Capuchinhas

A primeira *designer* que trabalhou com o grupo foi Helena Cardoso, que acompanhou o grupo durante 10 anos. Henriqueta narra que “a primeira *designer*, Helena Cardoso, trabalhou connosco, com ela trabalhamos há 10 anos.” Esta *designer* possui um conhecimento técnico e criativo do *design* têxtil, que levou o grupo a desenvolver técnicas e habilidades na criação de novos tecidos e malhas nos teares manuais, mais leves e destinados a confeções de roupas femininas. Anteriormente ao trabalho da *designer*, os tecidos trabalhados eram pesados, destinados à produção de colchas, luvas, capuchos e produtos para proteção contra o frio.

Produtos resultantes: Helena trabalhou técnicas e métodos de produção de tecidos mais leves, feitos com a mesma lã utilizada anteriormente. Deu-se a introdução da produção de tecidos com fibras antes não utilizadas, como o linho, e desenvolveu também tecidos com misturas de fibras e técnicas variadas que deram aos tecidos leveza, beleza e *design* diferenciado nos têxteis, características muito importantes para a produção de peças para o vestuário.

Além desse trabalho realizado na produção têxtil, a *designer* trabalhou o desenvolvimento das coleções de moda que tinham como público-alvo o feminino adulto. A produção de peças para o vestuário tem um valor acrescentado no mercado consumidor, por serem peças feitas em teares manuais e com a produção artesanal inspirada na fauna e flora da região e na cultura local.

Diagnóstico do grupo: O trabalho realizado pela *designer*, representado na Figura 35, começou pelo diagnóstico do grupo a ser trabalhado, analisando as capacidades produtivas, as habilidades manuais e as técnicas disponíveis para a elaboração do produto artesanal. Realizou o levantamento histórico e cultural da região, orientou o grupo em direção à organização do trabalho para a produção do produto que o grupo se propunha fazer.

No plano de ação, a *designer* traçou estratégias de curto e longo prazo para o grupo. O projeto é pensado e desenvolvido pela *designer* e pelo artesão em conjunto. Na capacitação, a *designer* ensinou novas técnicas para a produção de tecidos voltadas para a produção de vestuário feminino, de forma a atender diferentes produtos. A capacitação é realizada pelo

designer para trabalhar novas técnicas de tecelagem, entre outros conteúdos, com foco no produto.

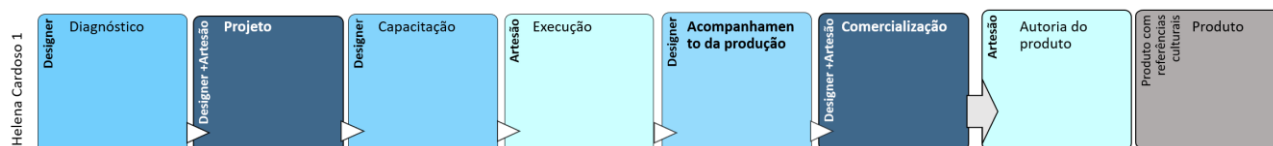


Figura 35 - Esquema de intervenção da *designer* Helena Cardoso nas Capuchinhas

O desenvolvimento de novos produtos foi realizado com a soma dos conhecimentos artesanais e vivências pessoais do artesão com as técnicas do *designer* e as suas vivências profissionais. Assim, o desenvolvimento do produto foi realizado de forma conjunta e com a soma de conhecimento *designer* + artesão.

O acompanhamento da produção foi feito pelo *designer*, de forma a confirmar que o que foi planeado está a ser executado, bem como para realizar possíveis ajustes no decorrer do processo.

O lançamento dos produtos foi realizado em conjunto, na medida em que a *designer* orientou e influenciou o interesse do público pelo trabalho do grupo, levando em conta a experiência da *designer* e a influência que a mesma exercia na sociedade, pois ela é referência de moda quando se fala em artesanato em Portugal. Quando o trabalho é realizado em conjunto, somando a experiência do *designer* e as habilidades do artesão, ocasiona-se o sucesso em todo o processo.

A comercialização foi realizada pelo artesão, em eventos, de forma presencial, mas com o apoio do *designer*, que leva o produto a alguns pontos de venda como incentivo a essa comercialização.

A autoria do produto é do artesão e o produto tem referências à sua cultura, o produto apresenta-se original, mas está relacionado com a sua origem e com as características/cultura de quem o faz.

- **O Designer João Nunes**

João Nunes nasceu no Porto em 1951, licenciou-se em *design* gráfico nas Belas-Artes do Porto e tornou-se protagonista do *design* português nos anos 80, trabalhando com empresas e indústrias e com clientes culturais como o TNSJ e a Casa da Música. A investigação e o projeto, dimensão crítica e social, nortearam o seu trabalho de sentido ético e pedagógico. É docente na Universidade de Aveiro e desenvolve, com as Aldeias de Xisto, um trabalho de *design* social. Com trabalhos publicados e premiado, nacional e internacionalmente, João Nunes cria, a partir do Atelier Nunes e Pã, projetos de referência no *design* português (Bártolo e Barbosa, 2017).



Figura 36 - Foto do designer João Nunes
Fonte: (Íris D'arga, 2012)

O Designer João Nunes e as Capuchinhas

Ocorreram trabalhos esporádicos de João Nunes com o grupo, e por tempo limitado, somente para a execução de um produto específico e para determinado projeto, conforme recorda Henriqueta das Capuchinhas, “também fizemos um trabalho com o estilista João Nunes. Esse projeto chamou-se Agricultura Lusitana, para uma exposição na Alemanha. Naquela fizemos a uma capucha à moda antiga, fizemos a folha do carvalho cortada a laser.”

O *designer* procurou o grupo para desenvolver uma peça para o projeto Agricultura Lusitana, em 2015, no âmbito da exposição Eurique 2015 – Feira Internacional para o *Design* e as Artes Aplicadas, que decorreu entre 8 e 10 de maio, em Karlsruhe, Alemanha.

Segundo Cipriano (2015), na exposição, as escolas de *design* tiveram a responsabilidade de estudar os potenciais sociais e económicos de uma aldeia portuguesa, pegar os conhecimentos artesanais dessas aldeias e testar o *design* a partir desses conhecimentos.

Segundo o mesmo autor, o projeto teve financiamento do Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos, da Secretaria de Estado da Cultura, do Turismo Centro de Portugal, da embaixada do país em Berlim e do Consulado Geral de Estugarda.

A forma como o *designer* realizou a intervenção junto do grupo está representada na Figura 37.

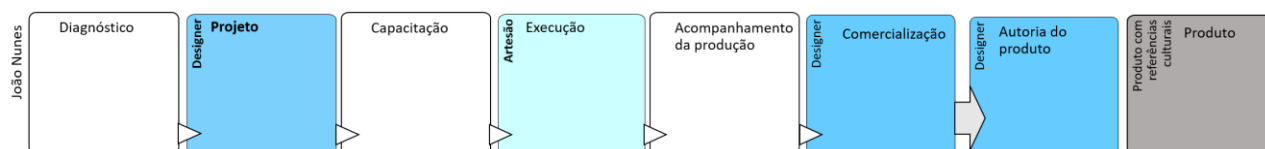


Figura 37 - Esquema de intervenção do *designer* João Nunes

O *designer* utilizou a mão-de-obra e a *expertise* do artesão apenas para a execução da peça projetada. A assinatura de criação da peça foi do *designer*. Não foi realizada a comercialização do produto, pois este tinha como objetivo apenas a sua exposição.

Esse tipo de processo divulga o trabalho artesanal e promove o grupo, dando visibilidade e potencializando a comercialização dos seus produtos. As Capuchinhas percebem essas ações de forma positiva e essa visão poderá ser um dos motivos para o grupo, a cada ano, crescer e se tornar um grupo que não necessita de apoio financeiro para funcionar. O grupo vê em cada oportunidade uma oportunidade de crescimento e essa visão traz benefício ao grupo.

- **A Designer Paula Caria**



Figura 38 - Foto da designer Paula Caria
Fonte: www.linkedin.com/in/paula-caria

Licenciada em modelagem e *designer* de moda, executa trabalhos no âmbito do desenvolvimento de coleções em empresas de retalhos na área de vestuário, tendo trabalhado na Decénio, empresa de retalho na área de vestuário. Coordenou a equipa de *designers* da marca Throttleman, sendo responsável pelo desenvolvimento das coleções homem, senhora e criança, participou no início do relançamento da marca Kispo, desenvolvendo a sua coleção, e foi responsável pela elaboração da coleção da Homeme.

A Designer Paula Caria e as Capuchinhas

Esta *designer* trabalha desde 1998 com o grupo, realizando o trabalho uma vez por ano, especificamente no primeiro semestre de cada ano, desenvolvendo uma coleção para ser comercializada durante o ano inteiro. Relativamente a este trabalho realizado pela *designer* Paula Caria, Henriqueta esclarece que

Temos uma estilista que vem aqui a cada ano. No primeiro semestre do ano entre janeiro e junho. Fazemos a coleção de linho, que é linho branco e linho cru. No ano seguinte fazemos a coleção outono inverno com as tecelagens feitas nos teares e também peças de burel, que é comprado na Serra da estrela. Nós fazemos aqui nossos próprios desenhos e pronto esse é nosso trabalho.

A *designer* toma como referências para o desenvolvimento da coleção as paisagens naturais da região, os desenhos antigos das fachadas das casas, a fauna e a flora da região.

O *designer* envolve-se desde o início do projeto e o artesão continua com a execução do produto até à comercialização, em alguns casos com a orientação do *designer*. Nesse processo há uma certa independência do artesão, bem como um envolvimento maior do

designer com o artesão no desenvolvimento do projeto e na execução. Esse processo possibilita ao artesão, por um lado, aprender como se cria um novo produto com a experiência do *designer* e possibilita, por outro lado, ao *designer* estabelecer uma aprendizagem relativa ao fazer manual do artesão, possibilitando a realização de alterações no produto ao longo do processo. Há uma troca de conhecimento e uma aprendizagem mútua entre o *designer* e o artesão.

Através do relato das artesãs percebe-se que esse processo de desenvolvimento e criação da coleção é realizado em conjunto com o grupo, tanto nas temáticas utilizadas, como no desenvolvimento de amostras para serem introduzidas na coleção. Isso pode ser comprovado através do relato feito pela Henriqueta ao falar sobre o processo criativo do desenvolvimento da coleção:

A estilista vem cá, se inspira um pouco na natureza, na paisagem, em desenhos antigos nas estruturas das casas, nos musgos e em toda essas coisas e pegando em temas, vamos fazendo certas amostras. Tentativas de desenhos para ver se dá para fazer uma linha e depois escolhemos o que nós gostamos, mas no fim ficamos com os moldes de cada peça e um pequeno catálogo onde tem um bocadinho de tecido, na nossa coleção.

O grupo, através dessa troca de conhecimentos com a *designer*, já tem uma percepção sobre o “*timing*” para o lançamento das coleções, qual o período ideal para se lançar a coleção de primavera, verão, outono e inverno. Nas palavras da entrevistada é perceptível a preocupação do grupo com o lançamento de coleções no tempo correto, para não prejudicar a comercialização do produto.

Andamos um pouco atrasadas, no sentido em que não fazemos coleção, do ano anterior pro ano seguinte, mas as nossas coisas são coisas artesanais, demoram assim. Enquanto a moda normal do país faz a coleção com um ano de antecedência, nós fazemos no próprio ano que a nossa coleção é lançada, agora estamos a fazer a coleção outono/inverno vai ser 2018/2019, só vai sair em junho e julho está pronta.

Dessa forma, pode-se constatar que através do trabalho em conjunto entre *designer* e artesão, independentemente de haver ou não capacitação, o grupo se consciencializa de que existem aprendizagens, acontece realmente uma troca de conhecimentos entre os dois profissionais. Isso pode ser verificado quando Henriqueta afirma que “ela que faz o trabalho de nos propor o que nós podemos fazer, manda fazer as experiências em conjunto vamos decidir em que linhas que nós queremos continuar.”

O grupo tem uma preocupação com a qualidade de todo o processo de produção do produto, com a qualidade no desenvolvimento e criação dos tecidos, com o caimento das roupas, e a *designer* contribui com as modelagens de forma ativa, executando as modelagens de todas as peças da coleção como também as graduações das modelagens.

A possibilidade de o *designer* fazer a modelagem ideal para o seu produto é muito valorizada pelo grupo, levando até mesmo a se fazer comparações entre os *designers* com quem tiveram oportunidade de trabalhar, levando como ponto principal a análise de competência entre os profissionais. O facto de o grupo trabalhar em muitos casos com peças por medida, eleva essa importância da modelagem para o grupo.

Este grupo tem um processo de desenvolvimento de coleções semelhante ao planeamento de coleção realizada dentro da indústria têxtil (confeção), planeia uma coleção para ser comercializada ao longo do ano, cria tecidos e modelos para a coleção, monta protótipos para aprovação, faz produção de catálogo por coleção e promove o lançamento da coleção. Tudo isso é acompanhado pela *designer*, como relata Henriqueta.

Todas as fotos e produções são feitas por ela, as peças a gente faz aqui em colaboração com ela, há esquemas que ela traz que não se adaptam tão bem, para isso ou para aquilo e com a experiência das tecedeiras, sabem quais são os desenhos que podem fazer dentro da área do trabalho e com os desenhos que ela escolhe nem sempre fica bem à primeira, mas a gente escolhe aqui e é um trabalho de colaboração. Nós também temos vontade de gostar, “pra gente” também vender o produto com satisfação, as vezes não são coisas que se adaptam a nós pessoalmente, mas a gente gosta. Para vender a outras pessoas, tem que gostar daquilo que está a ver.

Numa ocasião foi solicitado à *designer* que já trouxesse a coleção desenhada, mas a *designer* relatou que precisava estar conectada com o ambiente e com o grupo para que tivesse a devida inspiração para o desenvolvimento das peças. Henriqueta descreve que:

ela faz aqui connosco queria até que ela trabalhasse mais em casa, mas é difícil que aqui é que lhe dá inspiração, aqui é que me inspiro e me dá mais vontade de criar e que tem mais facilidade do que a pessoa está no meio daquela confusão toda não para e as ideias não vem com tanta facilidade.

Este facto leva à reflexão de que a *designer* realiza a criação da coleção em conexão com as artesãs, tanto na criação dos novos tecidos como no desenvolvimento de novos modelos para a coleção.

Quando indagadas sobre como era realizado o acompanhamento da coleção, mais uma vez elas salientaram a importância da preocupação da *designer* com a modelagem das peças, e

deixaram clara a preocupação por parte da *designer* em deixar tudo registado e documentado, com as devidas referências. No entanto, não chegam a fazer as fichas técnicas (*dossier*) do produto, embora façam esquemas para guiar o trabalho nos teares e calculem o consumo e os custos de cada produto. Nas palavras de Henriqueta:

a estilista agora é mais cuidadosa em fazer os moldes com medidas standardizadas, essa estilista tem uma preocupação maior no vestir das peças e cada uma peça e transmite pro papel o que fica e fica tudo registado, antes não se preocupava com referência, destinado e tudo. Ela tem os moldes e fazem a roupa e nós nos teares temos um esquema para se guiar e medidas e as coisas, mas não temos *dossier*, faz um esquema, para a tecelagem.

Na Figura 39 está representada a forma como o *designer* realizou essa intervenção, representada num gráfico que esquematiza o processo.

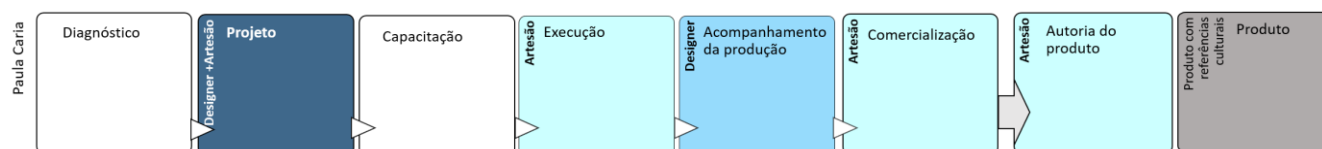


Figura 39 - Esquema de intervenção da *designer* Paula Caria

Este processo possibilita uma maior participação do artesanato e consequentemente uma maior aprendizagem, possibilitando no final do processo a criação de uma coleção incorporando características culturais locais.

- **O Designer Filipe Faísca**



Figura 40 - Foto do designer Filipe Faísca

Fonte: (ModaLisboa - Lisboa Fashion Week - FILIPE FAÍSCA, 2018)

Nasceu em Moçambique, em 1964 e reside em Lisboa, onde vive e trabalha. Em 1989 licenciou-se em Design de Moda pelo IADE. Enquanto estudante, participou nas Manobras de Maio, no Largo do Século, em Lisboa. Em 1991 integrou a Official Selection for Mediterranean Europes Young Creative Biennale, em Valência, e apresentou a sua primeira coleção na ModaLisboa. (*ModaLisboa - Lisboa Fashion Week - FILIPE FAÍSCA*, 2018)

Em 1993 abriu o seu ateliê de moda Filipe Faísca, e trabalha como assistente de Ana Salazar. Dedica-se à criação de guarda-roupas para teatro, ópera, ballet e cinema. Desenvolve ainda fardas para vários hotéis, restaurantes (Bica do Sapato, entre outros) e discotecas. Depois de uma interrupção de 14 anos, Filipe Faísca regressou à *passerelle* da ModaLisboa em outubro de 2006. Recebeu em 2007 o Globo de Ouro de Melhor *Designer* de moda português, criando desde o mesmo ano as vitrinas das lojas Hermès, em Lisboa e no Algarve, e Fashion Clinic, em Lisboa e no Porto. Em 2011, desenvolveu uma parceria com a marca de *lingerie* Triumph, que se prolongou até fevereiro de 2014. Em 2013, realizou a campanha primavera/verão 2013 da Fashion Clinic e leciona o curso de *design* de moda da ESAD, em Matosinhos (*ModaLisboa - Lisboa Fashion Week - FILIPE FAÍSCA*, 2018).

Em 2014, iniciou a expansão da sua marca, com novos pontos de venda em parceria com lojas *online* e físicas. Em 2015, mais uma vez, ganhou o Globo de Ouro de Melhor Designer de Moda Português. No mesmo ano, associa-se à Fundação Rui Osório de Castro para dar vida à coleção “Darling” com estampagens de desenhos da autoria de crianças apoiadas pelo IPO. Participou igualmente nas exposições: “Burilada” (Casa do Design, Matosinhos) e “Como se pronuncia o *design* em Português” (MUDE, Lisboa). Em 2016, completou 25 anos de carreira e iniciou a colaboração com a Montblanc e a Wölford (*ModaLisboa - Lisboa Fashion Week - FILIPE FAÍSCA*, 2018).

Em 2017, participou na exposição “Vestir hoje o teatro e a dança”, no Museu Nacional do Teatro e da Dança e foi palestrante sobre *Re-Design*, no Encontro Nacional de Estudantes de Design 2017 (ENED), na Covilhã, numa iniciativa da Universidade da Beira Interior (*ModaLisboa - Lisboa Fashion Week - FILIPE FAÍSCA*, 2018).

O Designer Filipe Faísca e as Capuchinhas

O *designer* Filipe Faísca trabalhou com o grupo para a execução de duas peças para a sua coleção, apresentadas na Moda Lisboa. Henriqueta (2018) recorda que “ele trouxe o desenho dele, só veio aqui fazer uma ou duas peças e mais nada, depois fez o desfile e acabou.”

Neste processo de trabalho, representado na figura 41, o *designer* trabalha com o artesão somente para execução do produto, sendo o projeto e a comercialização do produto realizados pelo *designer*. Por conseguinte, o artesão limita-se a produzir o produto, não o comercializa, nem o assina, ficando isso sob responsabilidade do *designer*, que faz o projeto, ficando o artesão como um mero executor do produto. O produto tem identidades culturais oriundas da cultura do *designer*, o que pode ser observado na Figura 41.

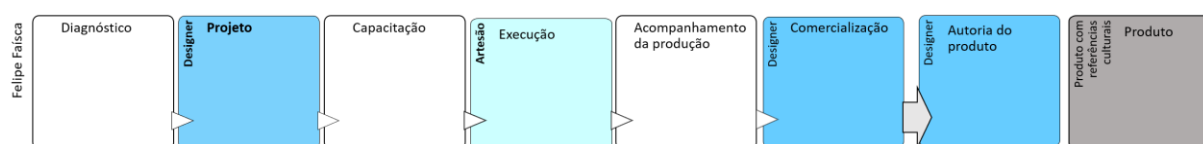


Figura 41 - Esquema de intervenção do *designer* Filipe Faísca

- **A Designer Vânia Campos**

Esta *designer*, formadora da CEARTE, instituição que trabalha com artesanato em Portugal, trabalhou em dois momentos com o grupo. No primeiro momento, foram feitas duas peças, uma delas seria uma peça “conceito”, uma peça para divulgação do trabalho, não destinada à comercialização, e a outra seria mais comercial, tendo o grupo repetido essa peça várias vezes para comercializá-la, como explica Henriqueta (2018) “Vânia Campos é formadora da aula de desenho, já foi há uns anitos atrás, fizemos duas peças, uma mais para divulgar que não era muito comerciável e outra mais comerciável, que fizemos e repetimos várias vezes.”

No segundo momento foi desenvolvida uma peça por ocasião da comemoração dos 25 anos da instituição CEARTE, peça comemorativa inspirada no carvalho, uma árvore que predomina na região onde está localizado o grupo das Capuchinhas, como relata Henriqueta (2018) “Vânia Campos foi um ano, a peça foi baseada no carvalho, que a árvore

predominante aqui nessa região, agora não dá pra ver, porque está sem folhas. Uma delas era uma capucha grande era como se fossem folhas a cair.”

Esta *designer* realizou a intervenção com o grupo com a preocupação de que estivesse retratada nas peças desenvolvidas a cultura da região do grupo, como o fazer artesanal característico realizado pelo grupo, desta forma valorizando o produto e divulgando o trabalho do grupo.

O processo que representa essa intervenção está representado na Figura 42, em que o *designer* trabalha juntamente com o artesão no projeto e na execução do produto, a qual segue com essa troca de conhecimento entre as duas partes envolvidas. O *designer* assume a autoria do produto e a comercialização é realizada pelo artesão.

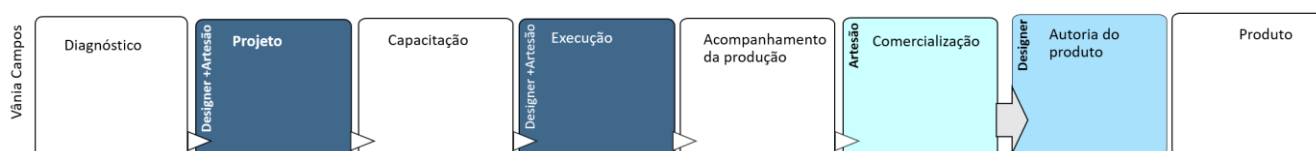


Figura 42 - Esquema de intervenção da *designer* Vânia Campos
Na Figura 43 pode ser observado o produto que foi criado neste projeto.



Figura 43 - Capucha desenvolvida com Vânia Campos
Fonte: do próprio autor

Este processo possibilita um desenvolvimento de aprendizagem tanto ao artesão como ao *designer*, mesmo com ausência de capacitação, em virtude do fato de haver uma troca de experiências e conhecimentos entre as partes, com um objetivo de desenvolver um novo produto e dar ao artesão a possibilidade de entrar com um novo produto no mercado, e conquistar um novo mercado.

4.2.2. Caso 2: Mulheres de Bucos

O nome Mulheres de Bucos vem da designação da localidade onde moram as artesãs. Bucos é uma pequena freguesia de Cabeceiras de Basto, na Serra da Cabreira, no Norte de Portugal, uma comunidade que busca preservar os seus costumes. Em Bucos moram pouco mais de seis centenas de habitantes, que continuam a tirar o seu sustento da terra, onde semeiam para o seu consumo: batatas, milho e centeio, procedendo também à criação de rebanhos de caprinos e ovinos (Fernandes *et al.*, 2016).

Em função da criação pastoril e da tosquia das ovelhas, a lã era disponibilizada para confecção de peças em lã, sendo confeccionadas mantas, capas de burel, cobertores, meias, perneiras, peças para proteger e aquecer o corpo, de que os trabalhadores necessitavam. Toda a lã que saía da tosquia tinha destino certo. Atualmente, essa lã por vezes é enterrada e queimada (Fernandes *et al.*, 2016).

Há décadas atrás, a ocupação principal desses habitantes era cuidar dos rebanhos e do cultivo da terra, e as mulheres de Bucos, no seu tempo livre entre as lides da casa, os filhos e o cultivo da terra, dedicavam-se ao trabalho da lã. (Fernandes *et al.*, 2016) Nos dias atuais, as mulheres da comunidade abandonaram o trabalho com a agricultura e com a lã como atividade principal, obtendo o seu sustento com outras atividades no setor secundário e terciário. Algumas famílias emigraram para a França e outros países para conseguir o seu sustento (Barros, 2016).

Segundo Fernandes *et al.* (2016), o grupo, que inicialmente era formado por 10 mulheres, após a participação num evento promovido pela Câmara Municipal de Cabeceiras de Basto, resolveu reunir-se às quintas-feiras à tarde, para juntas, entre cardas, a roca, o fuso, o sarilho, a dobadoira e teares, tecer e fiar a lã. Como relata Fernandes *et al.* (2016):

Dá gosto ouvi-las falar de outros tempos, enquanto as mãos se movimentam a lavar, secar, esguedelhar, cardar, a emanelar, a fiar, a ensarilhar, a dobar e a tecer. Só que hoje já não levam, como o faziam há muitas dezenas de anos atrás, as mantas e cobertores a pisoar às velhas pisões de Bucos, porque os tempos são outros e outros são os aconchegos e as vestes das nossas gentes. (Fernandes *et al.*, 2016)

A junta de Freguesia de Bucos e a Câmara Municipal de Cabeceiras de Basto apoiam o projeto e, nos seus *sítes*, definem o projeto como um projeto de cariz socioeconómico,

desenvolvido com base no convívio, no gosto pelos trabalhos manufaturados e, sobretudo, nas técnicas tradicionais.

O apoio da Câmara foi além da cedência do espaço para o grupo trabalhar, contratou a *designer* Helena Cardoso para, junto do grupo, desenvolver novos produtos. A *designer*, apresentando os produtos das Mulheres de Bucos, pode ser observada na Figura 44.



Figura 44 - Designer Helena Cardoso
Fonte: do próprio autor (2018)

Em 2016 a Câmara continuou com o investimento no grupo e publicou um livro, intitulado *Mulheres de Bucos (Cabeceiras de Basto) trabalho da lã*, que tem como autores Isabel Maria Fernandes, Joaquim Cerqueira e Nuno Vieira. Essa publicação relata a história do grupo, o nome das artesãs e o passo a passo do trato com a lã, quais e como os animais são usados para a extração da lã. Ao adquirir-se o livro, recebe-se também um pequeno novelo de lã, que pode ser visto na Figura 45.

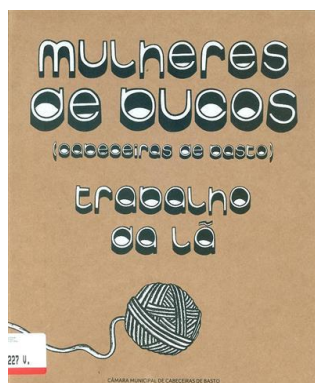


Figura 45 - Capa do Livro Mulheres de Bucos
Fonte: República Portuguesa (2016)

O grupo produz mantas, luvas, almofadas, cortinas, meias, entre outros produtos que podem ser visualizados nas imagens a seguir. São produtos feitos a partir da lã, linho e também o burel, conforme a Figura 46.

Enquadramento: O grupo teve início com um investimento social.

Como se deu a formação inicial do grupo: O grupo formou-se depois de o Museu da Lã ter sido criado, em 2005, no ano seguinte algumas artesãs foram convidadas a realizar uma demonstração dos seus trabalhos, aquando da visita de um Ministro do Governo de Portugal ao Museu da Lã. Após a participação nesse evento, a câmara resolveu integrar essas artesãs no museu, tornando-se “um museu vivo”, como relata Pacheco (2018), a administradora da Casa da Lã.



Figura 46 - Produtos das Mulheres de Bucos
Fonte: do próprio autor (2018)

O nome do grupo Mulheres de Bucos surgiu do fato de ser formado somente por mulheres e da localização na Freguesia de Bucos. Inicialmente era composto por dez artesãs, sendo hoje formado por oito. São mulheres com diferentes histórias de vida e que, desde crianças, trabalham com a lã. Segundo o relato da Helena Cardoso (2018), que trabalha com o grupo há seis anos, esse fazer manual era associado por muitas delas a um castigo, pois as suas mães as obrigavam a tecer. Ao serem questionadas sobre o que as motivou a voltarem a trabalhar com a tecelagem em lã, foi relatado por Benta Pacheco (2018), administradora da casa de Lã, que a tradição da aldeia de Bucos era o trabalho com a lã.

O que envolvia dinheiro era a venda de produtos tradicionais, meias, luvas e cobertas, feitas em tricô ou tecidas em teares manuais produzidos na região. Tinham a produção também do burel, um tecido grosso feito de lã e pisoteado pelos homens. Estes produtos estão representados na Figura 47.



Figura 47 - Produtos feitos antes da intervenção da designer
Fonte: do próprio autor (2018)

Quantos anos de existência: O grupo tem 13 anos de existência.

Quantos integrantes do grupo: Hoje o grupo é composto por 8 integrantes, as seis da foto e mais duas integrantes, que entraram posteriormente. Estão representadas na Figura 48.



Figura 48 - Grupo Mulheres de Bucos
Fonte: Catálogo Capuchinhas de Montemuro (2018)

Quantos *designers* trabalharam com o grupo: Somente uma *designer* trabalhou com o grupo.

Quem foram as pessoas entrevistadas: Foram entrevistadas seis artesãs, todas as integrantes das Mulheres de Bucos, a *designer* que trabalha com o grupo e a funcionária da Câmara, Benta Pacheco, que é responsável pelo espaço Casa da Lã e auxilia o grupo na produção dos produtos.

Local onde ocorreram as entrevistas: O grupo está instalado num espaço chamado Casa da Lã, espaço estruturado pela Câmara. O espaço é partilhado com a escola da comunidade.

Data e horário da realização das entrevistas: A entrevista ocorreu no dia 30 de maio de 2018 de 10h às 17h.

Material utilizado para realizar as entrevistas: Um questionário semiestruturado, telemóvel para gravar a entrevista, máquina fotográfica e caderno para apontamentos.

Impressões iniciais ao chegar ao local das entrevistas: Houve dificuldades para se fazer determinadas perguntas, especialmente as questões de âmbito pessoal e as relativas à formação do grupo.

As presenças da administradora, que por muitas vezes tentava conduzir algumas respostas, e da *designer* provavelmente pode ter contribuído para que o grupo se tenha sentido pouco à vontade para falar. Percebeu-se que duas artesãs se destacavam na liderança e na maneira de se impor à frente do grupo.

Como se deu a entrevista: Fui até à cidade do Porto onde me encontrei com a Helena Cardoso e o motorista da Câmara Municipal de Cabeceira de Basto¹⁷. Durante o trajeto iniciei a entrevista com a *designer*. Cheguei ao grupo acompanhada dela, que me apresentou ao grupo, explicou o objetivo e perguntou se eu poderia aplicar o questionário. Ficamos todo o dia junto do grupo. Iniciei observando e fotografando a estrutura física do espaço, depois a Helena Cardoso me mostrou os produtos que o grupo trabalhava antes da sua intervenção e os que estavam a trabalhar no momento. Pode ser observada na imagem abaixo, na Figura 49, a meia de lã que é feita por elas há muitos anos, bem antes da formação do grupo.



Figura 49 - Meia de lã
Fonte: do próprio autor (2018)

¹⁷ Cabeceiras de Basto é uma vila portuguesa no Distrito de Braga, região Norte e sub-região do Ave, com cerca de 16 064 habitantes. É sede de um município com 241,82 km² de área e subdividido em 12 freguesias.

Na Figura 50, uma almofada já desenvolvida juntamente com a *designer* Helena Cardoso, em que se utilizam materiais diversos intercalados dentro das tramas.

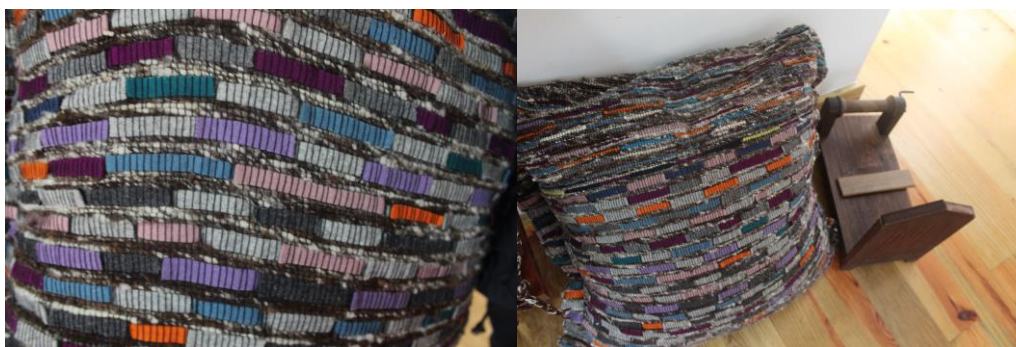


Figura 50 - Almofada com fitas de tecido
Fonte: do próprio autor (2018)

A partir daí fui entrevistar a funcionária da Câmara, que me relatou como se iniciou o grupo, e como o grupo se organiza atualmente para trabalhar. Só depois comecei a entrevistar cada artesã. Senti um pouco de dificuldades nesse momento, pois algumas não respondiam bem às questões e a funcionária por vezes respondia por elas. Durante todo o processo continuei a observar a dinâmica do grupo durante o trabalho, e fui fazendo registos escritos, áudios, fotos e vídeos.

Como os produtos dos grupos são comercializados: Os produtos são comercializados na feira de São Miguel, que acontece tradicionalmente nos dias 21 a 30 de setembro em Cabeceiras de Basto. Hoje, a comercialização é feita na feira como também dentro do espaço da Casa da Lã. Por outro lado, a *designer* também ajuda o grupo a comercializar os seus produtos, levando-o a outras lojas especializadas de venda de artesanato, em Guimarães.

Estrutura física em que o grupo trabalha: O grupo está instalado num espaço cedido pela Câmara Municipal de Cabeceira de Basto, onde funciona a Casa da Lã, como pode ser visto na Figura 51. Trata-se do espaço de uma antiga escola que foi remodelado de forma a que hoje funcionem a escola primária e a Casa da Lã, no mesmo prédio. Aí estudam, curiosamente, somente sete crianças de idades que variam entre os 3 e os 5 anos, todas do sexo masculino.



Figura 51 - Casa da Lã
Fonte: do próprio autor (2018)

O espaço é composto por um *Hall* de entrada, sanitário adaptado para deficiente, um salão central amplo onde estão instalados três teares manuais, duas estantes de exposição de produtos, um balcão com computador e exposição dos livros, uma máquina de costura reta e uma máquina de corte e cose. As paredes servem de suporte a uma exposição que mostra o passo a passo desde a tosquia, passando pela lavagem da lã até o tecer do tecido. Isto está patente na Figura 52.

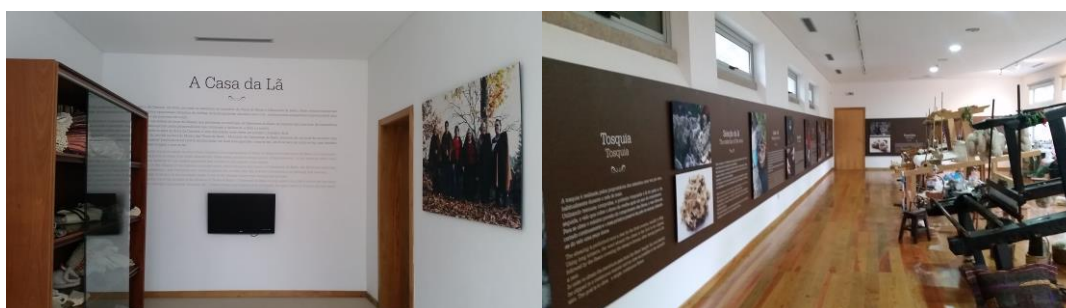


Figura 52 - Parte interna da Casa da Lã
Fonte: do próprio autor (2018)

A Casa da Lã, antigo Museu da Lã, cujo nome foi alterado depois de o grupo ter passado a trabalhar dentro do museu, é um lugar que transporta ao passado e que surpreende, por se encontrarem ali objetos antigos, mas que estão atualmente a ser utilizados pelas artesãs que estão a trabalhar dentro do espaço. Isso pode ser observado na Figura 53.



Figura 53 - objetos e artesã a fiar
Fonte: do próprio autor (2018)

A Câmara Municipal de Cabeceiras de Basto disponibiliza o espaço, com acesso a internet, aquecimento, energia, água, uma funcionária da Câmara, que, além de administrar o espaço, ajuda nas atividades do grupo, na produção dos produtos e é responsável pela comercialização dos mesmos, pelo financiamento dos serviços da *Designer* e por toda a comunicação do grupo.

Como funciona o trabalho do grupo: Estas mulheres trabalham na Casa da Lã duas vezes por semana (nas terças e quintas), para produzir as peças e para receber pessoas interessadas em conhecer o espaço e o trabalho delas.

São três artesãs a tecer e quatro a fiar. Benta Pacheco, além da administração do espaço, ajuda a organizar os trabalhos e auxilia o grupo a enrolar novelos e a alimentar as lançadeiras, entre outras atividades. Uma das artesãs saiu aos 20 anos para trabalhar na França, tendo regressado a Bucos, voltando a trabalhar na agricultura e no trabalho com tecelagem com lã. Existem outras que nasceram ali e que dali nunca saíram, continuando até hoje a viver na mesma vila. Outras vieram da cidade depois do casamento e aprenderam o fazer artesanal do trato da lã, com as outras moradoras.

Trabalho realizado junto do *designer*: Em setembro de 2012, a *designer* Helena Cardoso foi contratada para dar assessoria ao grupo. Anteriormente a esse trabalho, o grupo havia participado numa capacitação de tecelagem. Este trabalho era ensinado de mães para as

filhas, que cedo iniciavam os trabalhos com a lã, muitas vezes as mães obrigavam as filhas, como forma de castigo, a tecer, fiar ou cardar. Essa herança por vezes é romantizada, mas a *designer*, ao ter contato com o grupo, conseguiu perceber resquícios dessa herança. O grupo declarou trabalhar com a lã por necessidade de ajudar financeiramente a família.

Segundo relato de Helena Cardoso (2018), quando chegou ao grupo, as artesãs negaram saber tecer, e iam trazendo objetos que utilizavam para fazer tal trabalho. Questionavam sempre “você não vai me fazer tecer”, contudo, aos poucos elas foram experimentando novas experiências com o tear, vendendo os seus produtos e aceitando o trabalho de intervenção da *designer*.

O trabalho realizado pela *Designer* Helena Cardoso ocorre uma vez por semana, às quintas-feiras, onde ela trabalha a criação de tecidos, sendo o seu trabalho bastante focado no desenvolvimento das padronagens dos tecidos. O seu grande desafio é levar as artesãs a desenvolver tecidos leves, com misturas de fios e diferentes padrões.

Os produtos atualmente desenvolvidos são almofadas, mantas, as tradicionais luvas e cachecóis, entre outros. No que concerne às suas características, os produtos ainda oscilam das características dos produtos antigos do grupo para os desenvolvidos juntamente com a *designer*.

Na Figura 54 pode ser vista uma almofada, que possui características mais aproximadas daquelas que Helena Cardoso apontou como o caminho que deseja realizar com o grupo:



Figura 54 - Almofada em tecido artesanal Mulheres de Bucos
Fonte: do próprio autor (2018)

A luva que se pode observar na Figura 55 preserva as formas da luva tradicional, mas a *designer* trabalhou uma padronagem diferenciada da tradicional.

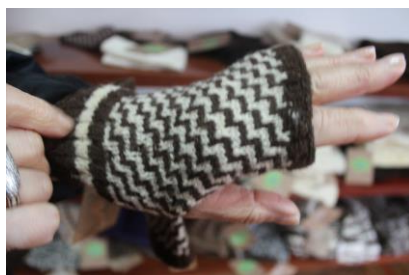


Figura 55 - Releitura da luva tradicional utilizada nas serras.
Fonte: do próprio autor (2018)

A manta da Figura 56 foi trabalhada pela *designer* com fios flutuantes, dando-lhe um *design* diferenciado das mantas tradicionais:



Figura 56 - Manta tecido artesanal Mulheres de Bucos desenvolvida com a designer
Fonte: do próprio autor (2018)

A *designer* procura o desenvolvimento de tecidos mais leves para melhor se adequarem aos produtos, referindo que “as coisas têm que ficar fluidas para não parecer uma armadura” Helena Cardoso (2018). Apesar de terem máquinas industriais de costura, elas não mostraram interesse em usá-las para montar peças de vestuários. A *designer* leva as peças para serem montadas no Porto por uma costureira de confiança, que é paga pelo grupo.

O processo representa o trabalho desenvolvido pela Helena Cardoso junto do grupo. O projeto do desenvolvimento do produto é criado em parceria entre *designer* e artesão, a execução é realizada única e exclusivamente pelo artesão, embora o *designer* faça o

acompanhamento direto da produção. A comercialização e a autoria do produto são realizadas pelo artesão, conforme a Figura 57.

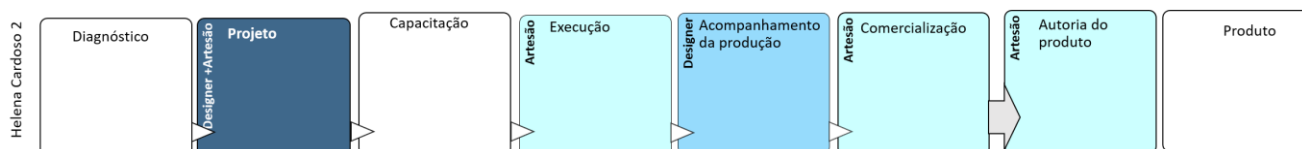


Figura 57 - Processo designer Helena Cardoso com o grupo das Mulheres de Bucos

O projeto é definido nas visitas semanais que a *designer* faz ao grupo e é feito de forma informal, ali ao lado dos teares. Várias experiências são realizadas com materiais diferentes dos que utilizavam, e com formas diferentes de tecer. A execução dos produtos é acompanhada pela *designer* e, se necessário, realiza-se o ajuste durante o processo. A autoria do produto é exclusiva dos artesãos, sendo a comercialização realizada na Casa da Lã, contando também com o auxílio da *designer*, que leva os produtos para outro ponto de venda, conforma refere, “faço a ponte para a Galeria de Arte (loja em Guimarães), quando vejo peças mais especiais elas dizem quanto custa, eu levo.” Helena Cardoso (2018)

Os rendimentos da comercialização são distribuídos pelas artesãs (não sendo nenhum percentual enviado à Câmara nem à *designer*) e a *designer* utiliza a comercialização como ferramenta e seleção dos produtos. Esta deixa os produtos que o grupo produzia anteriormente junto daqueles produzidos atualmente, dessa forma, o grupo vai percebendo o que vende mais e se motivando para criar juntamente com a *designer* novos produtos.

4.3. Estudo Comparativo entre os Processos de Intervenção

4.3.1. Análise dos processos de intervenção do *design* com investimento social

Os processos foram alinhados etapa a etapa, para uma melhor visualização de quais etapas foram utilizadas e quais os atores responsáveis por determinada ação, possibilitando assim uma comparação linear entre as intervenções.

O projeto do PRA-ITA foi utilizado como referência para a análise das demais intervenções, em virtude do facto de a pesquisadora ter um profundo conhecimento dos métodos e metodologias utilizadas nessa intervenção, possibilitando uma análise comparativa dos métodos através da vivência pessoal da autora deste estudo.

Na Figura 58 estão demonstrados todos os esquemas de intervenções que tiveram investimento social, nos grupos relatados neste estudo. Com o objetivo de se analisar o que há em comum e o que há de diferente entre os processos, será feita uma análise comparativa, utilizando-se a tabela 1.

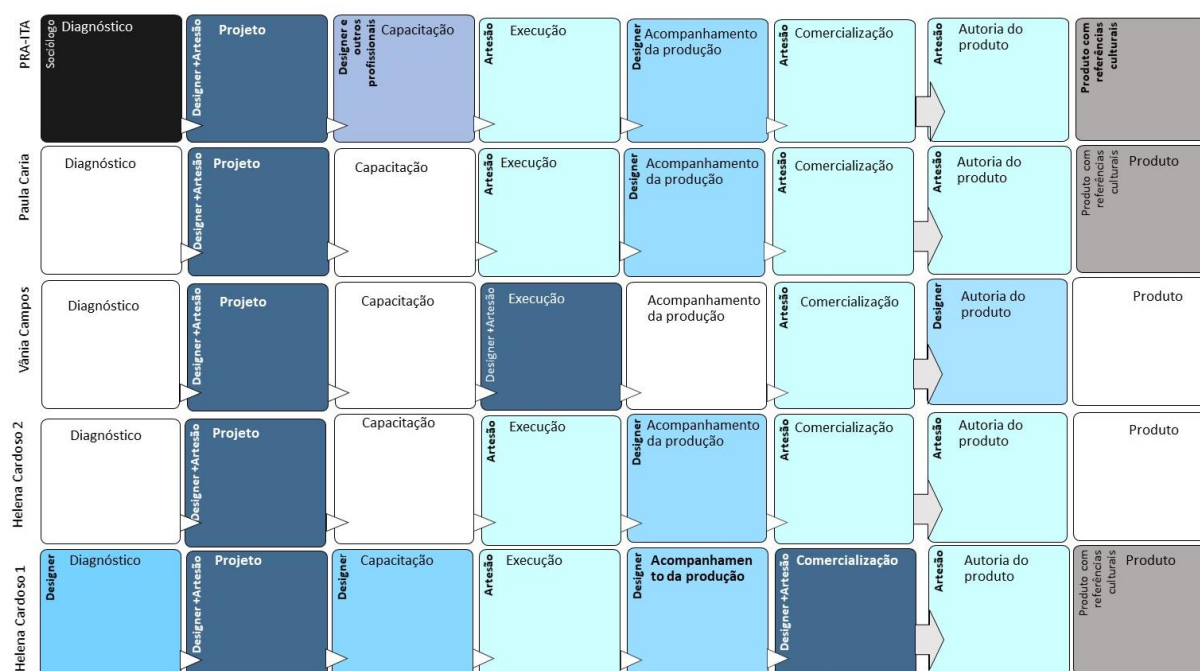


Figura 58 - Esquema comparativo entre as intervenções com investimento social

Tabela 1: Análise dos processos de intervenções do design nos grupos de artesanatos que tiveram investimento social.

Características da Ação	PRA-ITA Designers Virgínia Viana Iara Braga	Capuchinhas Designer Paula Caria	Capuchinhas Designer Vânia Campos	Capuchinhas Designer Helena Cardoso	Mulheres de Bucos Designer Helena Cardoso
Diagnóstico	Sim	Não	Não	Não	Não
Projeto realizado designer	Sim	Sim	Não	Não	Não
Projeto realizado artesão e designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Capacitação	Sim	Não	Não	Sim	Não
Execução do produto por artesão e designer	Sim	Não	Não	Não	Sim
Execução do produto por artesão	Não	Sim	Sim	Sim	Não
Acompanhamento da produção pelo designer	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Comercialização é feita pelo artesão	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Comercialização é feita pelo designer	Não	Não	Não	Não	Não
Autoria do produto é artesão	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Autoria do designer	Não	Não	Não	Não	Não
Produto com referência. Cultural	Sim	Sim	Não	Sim	Não
Produto sem referência Cultural	Não	Não	Sim	Não	Sim

Análise da tabela 1

Inicia-se a comparação observando-se a realização de diagnóstico. Neste aspeto, somente o PRA-ITA realizou o diagnóstico, não sendo clara para os outros *designers* a importância de se

realizar um diagnóstico prévio do grupo que irá desenvolver um trabalho de intervenção do *designer*. Ao analisar-se o responsável pelo projeto, percebe-se que todos os processos tiveram os projetos idealizados através de parceria entre *designer* e artesão. Quanto à capacitação do artesão, esta foi realizada no PRA-ITA e no grupo Capuchinhas, ao passo que nas outras ações ela não teve lugar.

A execução do produto foi analisada a partir do seu autor. Tendo em consideração que o produto é artesanal, isso tem como característica o fato de a execução do produto ser realizada pelo artesão, contudo, em algumas intervenções ainda ocorre a participação do *designer* nessa fase. Assim, numa pequena parte das intervenções ocorreu a participação do *designer* na fase de execução do produto, enquanto na maioria delas, a execução foi realizada exclusivamente pelo artesão. O *designer*, na maioria das intervenções, não participa diretamente na execução do produto, mas acompanha a produção na maioria das intervenções.

Já no que diz respeito à comercialização dos produtos, o artesão foi responsável, na totalidade das intervenções realizadas. A autoria dos produtos está, na maioria das intervenções, associada ao artesão, somente em algumas ocasiões a autoria dos produtos foi associada ao *designer*. No final dos processos, alguns produtos desenvolvidos utilizaram referências culturais dos grupos em contrapartida com outros que não utilizaram essas referências.

4.3.2. Análise dos processos com motivação exclusivamente comercial

Na Figura 59 encontram-se demonstrados todos os esquemas de intervenções que tiveram investimento comercial, que têm como único objetivo a comercialização de produtos artesanais, sem nenhuma intenção de beneficiamento social.

Tendo em consideração que não é o foco deste trabalho o investimento comercial, irão ser utilizados esses dados apenas para referenciar ao leitor as suas diferenças, para ficar mais clara a importância e os benefícios de todas as intervenções.

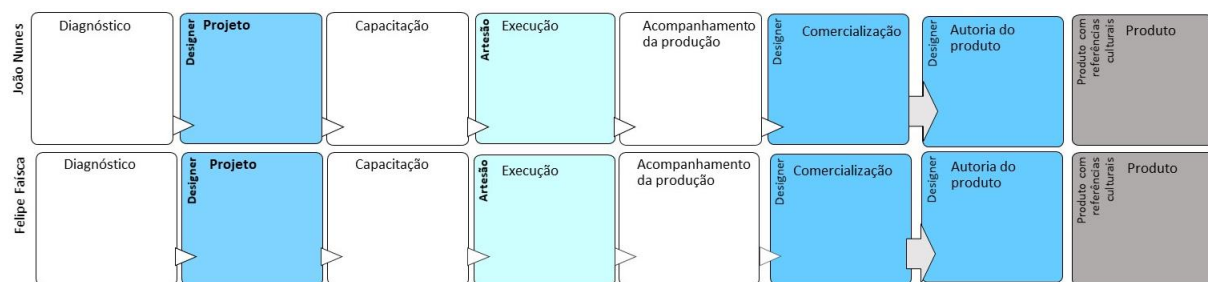


Figura 59 - Esquema comparativo entre as intervenções com investimento comercial
Fonte: do próprio autor

Tabela 2: Análise dos processos de intervenções do design nos grupos de artesanatos que tiveram investimento comercial.

Características da Ação	Capuchinhas	Capuchinhas
	Designer Filipe Faísca	Designer João Nunes
Diagnóstico	Não	Não
Projeto realizado designer	Não	Não
Projeto realizado artesão e designer	Sim	Sim
Capacitação	Não	Sim
Execução do produto por artesão e designer	Não	Não
Execução do produto por artesão	Sim	Sim
Acompanhamento da produção pelo designer	Não	Sim
Comercialização é feita pelo artesão	Sim	Sim
Comercialização é feita pelo designer	Não	Não
Autoria do produto é artesão	Não	Não
Autoria do designer	Sim	Sim
Produto com referência. Cultural	Não	Sim
Produto sem referência Cultural	Sim	Não

Análise da tabela 2

Quanto ao diagnóstico, não foram realizados diagnósticos prévios dos grupos, nem ocorreu capacitação. A execução do produto é totalmente realizada pelo artesão e não se deu o acompanhamento da produção. A comercialização dos produtos é realizada pelo *designer*, sendo precisamente a comercialização do produto o objetivo desse tipo de intervenção. As autorias dos produtos são assinadas na sua totalidade pelos *designers*. No final dos processos, todos os produtos desenvolvidos utilizaram referências culturais.

4.3.3. Processos de intervenção com investimento social x Processos com investimento comercial.

O presente estudo tem como objetivo geral analisar, conhecer e comparar intervenções e contributos do *design* na criação e desenvolvimento de produtos “artesanais” de base têxtil, respeitando aspetos culturais e económicos de uma região, fomentando a sustentabilidade socioeconómica de grupos socialmente desfavorecidos.

Como o foco do estudo são os grupos socialmente desfavorecidos, com preocupação com a sustentabilidade socioeconómica, foram selecionados os processos que foram realizados com os grupos que tinham o investimento social, mas esses mesmos grupos tiveram uma outra intervenção com investimento comercial.

Por mais que os investimentos comerciais não sejam o foco deste estudo, torna-se relevante elucidar sobre os mesmos, para que se possam conhecer as diferenças entre os dois processos.

Tabela 3: Diferença entre Processos de intervenção do designer no artesanato: com investimento social x com investimento comercial

	Investimento Social	Investimento Comercial
Troca de conhecimento técnico	Sim	Nem sempre
Participação conjunta na criação do produto	Sim	Não
Ganho com a comercialização	Sim	Não
Melhoria social para o grupo	Nem sempre	Nem sempre

No investimento social há quase sempre troca de conhecimentos técnicos, ao passo que no comercial nem sempre isso acontece, a participação conjunta entre *designer* e artesão é mais frequente quando há investimento social do que quando há investimento comercial, o ganho com a comercialização dos produtos só ocorre no investimento social, visto que no outro investimento apenas é paga a mão-de-obra. Às vezes, percebe-se uma melhoria social para o grupo nos dois casos, mas nem sempre tal ocorre.

Análise dos questionários aplicados aos grupos investigados

Com o objetivo de explorar ainda mais os dados levantados neste estudo, e com o objetivo de relacionar as intervenções dos *designers* com a realidade e história de cada grupo, foram organizadas as informações obtidas na pesquisa, através dos questionários, numa tabela que teve como referência a tabela utilizada no modelo de diagnóstico para verificação de utilização do *design* por MPES de vestuário de moda: uma ferramenta para estudos de casos de Lucimar de Fátima Bilmaia Emídio, publicado no livro *Pelos caminhos do design metodologia de projetos* (Martins, F. *et al.*, 2012).

Tabela 4: Análise dos processos de intervenções com referência no modelo do autor Martins, F. *et al.* (2012)

Unidade de análise da pesquisa	Variáveis das unidades de análise	Capuchinhas	Mulheres de Bucos	PRAITA
Dados dos grupos	Segmento, Produtos comercializados	Vestuário feminino	Têxtil lar	Têxtil lar
	Número de integrantes no grupo	5	8	50
	Tempo de existência	32	14	3
	Forma de comercialização	Feiras, internet e loja física própria	Loja física (Museu da Lã) e feiras	Feiras e loja física
	Investimento social	Sim (no início hoje tem independência financeira)	Sim, só para capacitação	Sim, só para capacitação, alguns grupos são independentes.

Unidade de análise da pesquisa	Variáveis das unidades de análise	Capuchinhas	Mulheres de Bucos	PRAITA
	Estrutura física	Cedido pela câmara	Cedido pela câmara	Não
Ações de design relacionadas com o processo de desenvolvimento de produto	Diagnóstico	Não	Não	Sim
	Execução do projeto	Não	Não	Não
	Capacitação	Sim	Não	Sim
	Execução do produto com codesigne	Sim	Não	Sim
	Acompanhamento do produto	Não	Sim	Sim
	Comercialização e autoria		Sim	Sim
	Novo produto, com referências culturais	Sim	Não	Sim
	Quantos designers trabalharam c/grupo	5	1	2
	Trabalho junto ao designer	Com alguns designers	Não	Sim
	Fontes de pesquisa, para desenvolvimento do produto	Pesquisa de tendências de moda e referências culturais	Não foi percebido	Referências culturais
	Responsável pelo processo de desenvolvimento de produto	Designer e artesão	Designer	Designer e artesão
	Metodologia/procedimento(s) utilizada(os) pelo designer para o desenvolvimento de produto	Co-design na maioria dos designers	Produto pensado unicamente pela designer	Co-design
	Estágio do desenvolvimento de produto que o designer participa.	Em todos estágios, maior parte dos designers	Só no desenvolvimento do produto	Em todos estágios
	O que diferencia o produto dos concorrentes	Modelagem, tecelagem feita à mão, referencia a cultura local	Tecelagem feita à mão	Referência à cultura local

Unidade de análise da pesquisa	Variáveis das unidades de análise	Capuchinhas	Mulheres de Bucos	PRAITA
Importância e conhecimento do designer para o grupo artesanal	Conceção de projeto	Sim	Não	Sim
	Modelagem	Sim	Não	Sim
	Padrão de medidas	Sim	Sim	Sim
	Importância do tempo de lançamento dos produtos	Sim	Não	Não
	Realiza planejamento de coleções	Sim	Não	Sim
	Impacto do design na atividade do grupo	Sim	Sim	Sim

Análise da tabela 4

Esta tabela relaciona informações dos grupos, como tempo de existência e produto comercializado, que foram classificadas como dados pessoais do grupo, posteriormente, foram colocadas as ações de *design* relacionadas com o processo de desenvolvimento do produto e, por fim, colocada qual a importância e conhecimento do *designer* para cada grupo pesquisado.

Dos três grupos estudados, dois trabalham com produto artesanal de têxtil lar e somente as Capuchinhas trabalham com o vestuário feminino, existindo também variação bem considerável sobre o tempo de existência dos grupos, onde as Capuchinhas também se diferenciam dos demais grupos, com trinta e dois anos de existência, seguido das mulheres de Bucos, com catorze anos. Há uma diferença considerável quando se comparam os dois grupos, não só no tempo de existência, mas também na maturidade que esse tempo lhes deu.

As formas de comercialização dos grupos são semelhantes, na medida em que comercializam através de feiras de artesanato, vendas *online* e têm um ponto de venda onde produzem os produtos.

Os três grupos tiveram investimento social, o que varia neste caso é a forma como esses recursos foram utilizados, as Capuchinhas usufruíram por mais tempo dos recursos e de uma forma mais ampla, grupo esse que é autossustentável. Já o grupo Mulheres de Bucos só tem apoio com o local de trabalho, Casa da Lã, e com a contratação da *designer* Helena Cardoso. O PRA-ITA foi apoiado também através da contratação de *designers*.

Um local foi cedido pela câmara municipal para os dois grupos portugueses, já no projeto brasileiro, os artesãos trabalhavam cada um na sua casa, utilizando os espaços da câmara (prefeitura) só para encontros de capacitação.

As Capuchinhas tiveram a oportunidade de trabalhar com cinco *designers* diferentes, as Mulheres de Bucos tiveram a oportunidade de trabalhar ao longo de sua existência com uma única *designer*, que foi precisamente a primeira a trabalhar com as Capuchinhas. O projeto brasileiro trabalhou em simultâneo com duas *designers*.

Os *designers* que trabalham com os grupos das Capuchinhas e PRA-ITA utilizam o *co-design* ao realizar as intervenções e participam em todos os estágios do desenvolvimento dos produtos, fato que não ocorre com as Mulheres de Bucos, que têm os seus produtos unicamente desenvolvidos pelo *designer* e realizam somente a criação do produto artesanal.

Cada grupo tem um diferencial nos seus produtos, as Capuchinhas têm como diferencial a modelagem, a tecelagem feita à mão e a referência cultural nos seus produtos. As Mulheres de Bucos têm como diferencial a tecelagem feita à mão e os grupos do PRA-ITA têm nos seus produtos uma grande representatividade da cultura local.

Quanto à importância e conhecimento do *designer* para os grupos, nos três se considerou que há um grande impacto do *design* nas atividades do grupo, entre outros pontos que acharam relevantes, como a padronização dos produtos, a modelagem e o acompanhamento das tendências de moda.

4.3.4. Conclusões das análises dos processos de intervenções do *design* nos grupos de artesanato

Será feita a análise e comparação das intervenções e os contributos do *design* na criação e no desenvolvimento dos produtos artesanais dos dois grupos estudados, analisando-se se

foram utilizados ou não os aspetos culturais e económicos da região e se foi possível incrementar a sustentabilidade socioeconómica dos grupos.

4.3.5. Processo de intervenção com investimento social

Diagnóstico: A ausência de informações prévias leva o *designer* a cometer erros ou a perder tempo em ações que não são adequadas ao grupo, essas informações dão-lhe ferramentas para desenvolver ações junto do grupo de forma a diminuir margens de erros.

Responsável pelo Projeto: Os dados obtidos apontam para um fortalecimento da relação e para uma troca de conhecimentos entre *designer* e artesanato. Isso demonstra que todos os envolvidos no processo têm consciência da importância dessa relação conjunta, proporcionando a soma do saber artesanal com os conhecimentos e ferramentas do *design* resultados eficazes, tanto para o produto como para crescimento profissional do artesanato e fortalece o conhecimento do *designer* sobre artesanato. Essa junção torna-se recorrente quando o investimento é social, facto que não se apresenta quando o investimento é comercial. Nestes processos, todos os responsáveis pelos projetos são responsáveis pelos financiamentos e pela comercialização.

Capacitação do Artesão: A utilização de ações de capacitação em alguns grupos pode ser relacionada com a necessidade de melhoria do profissional artesão; a falta de recursos para a realizar dentro do processo de intervenção pode ser um dos pontos que ocasiona o insucesso do grupo.

Participação do *designer* na hora de fazer o produto artesanal: Ao falar-se do produto têxtil artesanal, a tecelagem artesanal se torna de grande importância. Essa troca presencial frente ao tear é de fundamental importância no desenvolvimento de novos tecidos, criados por *designer* e artesão, lado a lado. Essa troca de saberes é enriquecedora tanto para o *designer*, como para o artesão como também para os resultados do produto final. É gratificante ouvir relatos apaixonados por parte de *designers* ao falar sobre esse processo de troca e de enriquecimento profissional. Em algumas intervenções é mais enriquecedor para o *designer* do que pela parte do artesão.

Comercialização do produto: Todos os grupos tiveram como responsável pela comercialização o artesão, resultado esse que mostra que essas intervenções são em benefício do artesão. O *designer* torna-se um agente de melhoria para o produto artesanal e para a vida do artesão, uma inovação social, como definem Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010). Essa característica é comum quando se fala de intervenção com investimento social, que tem como objetivo o resultado financeiro e social. Isto é, um investimento através de uma concessão de empréstimo, ou participação no capital, ou contratação de pessoal para trabalhar com o grupo - no caso, um *designer* - promovendo em simultâneo um retorno financeiro e um retorno social. Os produtos devem ser comercializados pelo artesão, mas o apoio, nesse momento, de profissionais que possam ajudar o artesão a utilizar os melhores meios de divulgação, canais de distribuição adequados, formas de expor o produto, entre outros recursos, é fundamental para a eficácia do processo de intervenção. Essas preocupações só foram percebidas em 3 intervenções. Importa deixar bem claro que essa não seria a função de um *designer*, mas essa preocupação poderá constar no projeto de intervenção e ser trabalhada através de capacitação ou num apoio da instituição financiadora do projeto.

Autoria dos produtos: Por se tratar de um investimento social, o que seria expectável é que a totalidade das autorias fossem associadas ao artesão, esse fato não é comum quando se pensa no objetivo de uma intervenção social.

Produtos artesanais com referência cultural: Desenvolver produtos artesanais de referência cultural significa usar elementos no produto que remetam ao seu lugar de origem, seja através do uso de certos materiais, técnicas de produção típicas da região, imagens da região que inspirem o *design* do produto, quanto a linhas, formas e texturas, seja pelo uso de elementos simbólicos que tenham significado nas origens dos seus produtores ou dos seus antepassados, ressaltando a autora Adélia Borges (2011) a importância dessa prática para o artesanato. Esse produto original, que se refere a origem, traz diferencial ao produto dentro do mercado consumidor e também diferencia um produto artesanal de um determinado grupo de outro que trabalha com as mesmas técnicas. O consumidor compra um produto artesanal com história, leva um pouco da história que ele conheceu ou visitou dentro de um produto.

4.3.6. Processos de intervenção com motivação exclusivamente comercial

No decorrer do estudo constatou-se que mesmo não sendo a intervenção direcionada para melhorar a vida do artesão, como acontece com o investimento social, o investimento comercial de alguma forma estabelece benefícios ao artesão e há também troca de conhecimento, não tão intensa quando comparada com o outro processo. Por outro lado, também resulta na divulgação do grupo e do seu trabalho. Com o objetivo de se analisar o que há em comum entre os processos e o que há de diferente entre eles, realizou-se uma análise comparativa.

Diagnóstico: Esta intervenção tem como característica a exigência de agilidade, ela tem como objetivo somente produzir algumas peças para um *designer*, não havendo necessidade de um diagnóstico prévio. O que normalmente ocorre é a realização de uma pesquisa de qualidade, tipologia e disponibilidade do grupo para produzir dentro do prazo desejado. O responsável pelo projeto é o *designer*, o artesão não tem participação no planejamento do produto, o que ocorre por vezes, é que o *designer* idealiza um produto sem conhecer alguns limites técnicos para a sua concretização, podendo o artesão sugerir mudanças.

Capacitação do artesão: Neste tipo de intervenção, a não ser que haja uma técnica específica para aquele determinado produto, não é comum ocorrerem ações de capacitação.

Participação do *designer* na hora de fazer o produto artesanal: Neste tipo de processo, esta é uma função exclusiva do artesão. Executar o produto e entregar ao *designer*, que vai realizar todas as outras etapas da intervenção. Muitas vezes, o envolvimento do artesão como simples fornecedor de mão-de-obra não é encarado de forma positiva, mas acredita-se que este tipo de trabalho tem benefícios também para o artesão, gerando recursos financeiros e, querendo-se ou não, capacita o artesão para fazer produtos diferentes, melhorando assim a sua habilidade.

Acompanhamento da produção: Numa intervenção deste tipo, o *designer*, normalmente, não acompanha a produção do produto artesanal.

Comercialização dos produtos: A comercialização dos produtos é realizada pelo *designer*, de fato esse é o objetivo deste tipo de intervenção: a comercialização do produto artesanal.

Autoria do produto: As autorias dos produtos são da responsabilidade, na sua totalidade, dos *designers*.

Produtos artesanais com referência cultural: No final dos processos, todos os produtos desenvolvidos utilizaram referências culturais, facto que surpreende, na medida em que os *designers* normalmente seguem uma linha de referência do tema das suas coleções, a não ser que o *designer* tenha a mesma referência cultural dos artesãos ou o tema da coleção seja o mesmo das referências culturais do grupo.

Diferentes intervenções com o investimento social e comercial

Por se considerarem importantes os dois tipos de intervenções, sejam eles um investimento social, sejam um investimento comercial, as suas diferenças não diminuem em nada a sua importância. Conclui-se que por mais que os processos de investimento comercial não tenham a intenção de melhorar a vida do artesão, acabam por fazê-lo. Isto porque a partir do momento em que o artesão passa a conhecer novos produtos, que muitas vezes são até mais elaborados que os produtos que ele costuma trabalhar, possibilita-se a ampliação dos conhecimentos do artesão quanto ao produto.

Há também uma divulgação indireta do seu trabalho, e conseqüentemente uma valorização do grupo de artesãos pelo fato de terem trabalhado com aquele *designer*, que colocou o seu produto numa passarela de moda num evento importante no seu país. Há vários benefícios nesse processo, então, todas as intervenções possibilitam uma aprendizagem, uma divulgação, novos contatos e vários ganhos.

Conclusões das análises dos questionários aplicados aos grupos investigados

Apresentam-se em seguida as conclusões obtidas através da comparação das intervenções dos *designers* com a realidade e a história de cada grupo, a sua formação e o produto produzido, entre outras informações igualmente levantadas junto dos grupos.

No que respeita aos produtos produzidos pelos grupos aqui estudados, somente um dos grupos não procede como a maioria dos grupos artesanais, que trabalham com produto

artesanal têxtil lar. As Capuchinhas trabalham com vestuário feminino, e esse fato pode ser relacionado com a independência financeira, sendo este, hoje, um grupo autossustentável.

Quando se comparam os grupos portugueses e o brasileiro no que concerne ao tempo de existência e de atuação dos *designers* junto dos mesmos, fica clara no projeto brasileiro a diferença da importância e da relação de tempo de duração e a realidade dos dois países. O tempo do projeto PRA-ITA no Brasil, nomeadamente 3 anos, é considerado um tempo longo de projeto, enquanto em Portugal, 14 anos de trabalho de uma *designer* com um grupo é considerado um tempo razoável de atuação para um grupo se desenvolver.

Os grupos artesanais do estudo não se diferenciam muito quanto à forma como comercializam os seus produtos. Esse resultado acaba por se refletir de uma forma geral na maioria dos grupos artesanais - eles têm canais restritos de distribuição dos seus produtos.

O envolvimento do *designer* com o artesão na hora de desenvolver os produtos mostrou-se presente na maioria das intervenções, demonstrando que essa troca de conhecimento é valorizada tanto por *designers* como por artesãos. Esse é o caminho que deve ser traçado e seguido.

É de uma grande importância o diferencial dos produtos, mas percebe-se que os grupos estão caminhando para a utilização de referências das suas culturas nos produtos e, dessa forma, com o passar do tempo, isso deixará de ser considerado um diferencial do produto artesanal. O fato de se utilizar o artesanato no vestuário é considerado como uma boa estratégia para a valorização do produto artesanal, que gera maior interesse de compra, pois cada vez mais a vida moderna pede praticidade para o têxtil lar.

Os grupos demonstraram reconhecimento do trabalho do *designer* junto deles, valorizando e reconhecendo essa importância, o que gera um melhoramento no produto, levando a um melhoramento nas vendas e, conseqüentemente, à melhoria de vida do grupo.

5. CONCLUSÃO E PERSPETIVAS FUTURAS

5.1. Conclusão

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise, com base nos objetivos propostos, sobre os contributos do *Design* para a intervenção social na criação e desenvolvimento de produtos artesanais têxteis, através dos estudos de caso: “As Capuchinhas de Montemuro” e “Mulheres de Bucos”, grupos de artesanato portugueses.

Foi possível conhecer e comparar projetos que ilustram os contributos na criação e desenvolvimento de produtos artesanais de base têxtil, e foram analisados os que respeitam aspetos culturais e económicos de uma região, fomentando na maioria das intervenções a sustentabilidade socioeconómica de grupos socialmente desfavorecidos.

Apesar de o estudo de caso ter sido feito com dois grupos, um deles – o grupo das “Capuchinhas de Montemuro” – conta já com vários anos de existência e, dessa forma, teve a possibilidade de participar em intervenções de cinco *designers*, possibilitando uma análise mais ampla das intervenções daqueles designers. Destes, três projetos tinham como objetivo promover a inovação social e os outros dois somente tinham objetivos comerciais. Numa análise mais ampla, quando comparando os dois tipos de intervenção, esse facto possibilitou abordar e alcançar os objetivos gerais e específicos propostos para este trabalho.

Os conceitos e impressões sobre a intervenção social do *designer* no artesanato foram abordados e analisados, possibilitando a identificação de alguns métodos utilizados por *designers* seja no processo criativo ou no desenvolvimento do produto artesanal. Foram identificados sete processos de intervenção, que foram divididos de acordo com a motivação dos respetivos investimentos, social ou comercial. Desta forma, foi possível caracterizar os métodos e conceitos e realizar uma análise comparativa, chegando-se aos resultados apresentados e aos objetivos propostos.

Os objetivos específicos a que este estudo se propôs foram alcançados, com exceção da apresentação de uma proposta de intervenção experimental. Pretendia-se aplicar, num caso

prático, a reflexão sobre os resultados da aplicação desses “métodos” aos grupos “artesanais” e desenvolver uma proposta de técnicas/métodos de boas práticas (contemplando os conceitos e métodos experimentados) para a dinamização de grupos socialmente vulneráveis. O grupo ao qual iria ser aplicada essa metodologia não se formou, tornando inviável, no que respeita à questão do tempo, desenvolver esse trabalho e analisá-lo. O estudo limitou-se a estudar as intervenções já realizadas nos grupos que foram estudados.

Ao analisar-se os dados através da experiência da autora com o projeto PRA-ITA e do estudo bibliográfico concluiu-se que a metodologia utilizada no projeto, mesmo tendo sido realizada de forma empírica, se assemelha muito à utilizada na metodologia de Murray (2010) e seu modelo espiral, que trabalha inicialmente com um diagnóstico, depois uma proposta e ideias que envolvem métodos de *design* e criatividade com a participação ativa do grupo, passando depois para a prototipagem, que é acompanhada diretamente pelo *designer* e, por fim, a difusão, aplicando ferramentas de *branding* para uma mudança sistêmica.

A forma como se realiza uma intervenção do *design* num grupo artesanal não diz respeito apenas ao tipo de ferramentas de *design* utilizadas, mas está diretamente relacionada com o interesse do grupo em trabalhar com o artesanato como profissão e com a origem da formação do grupo, que é determinante para a continuação do grupo.

O grupo que mais surpreendeu foi o grupo das Capuchinhas, pelo fato de os seus membros terem noção de planeamento de coleções, de comercialização e apresentarem boa comunicação. Elas estão muito além dos grupos artesanais com quem a autora desta tese teve contato nos seus 18 anos de experiência profissional, tendo esta concluído, através da aproximação a este grupo, que a aproximação entre *designer* e artesão é de grande valia em todas as formas de ser, pois elas experimentaram vários processos de intervenção e tiraram proveito em cada experiência, sem se vitimar e sem julgar a forma como essas relações ocorreram.

Há fatores que possivelmente levaram o grupo a ser autossuficiente, como o fato de ter havido interesse próprio na formação do grupo, e de o principal objetivo do grupo ser, após o término dos estudos, não ter que sair da sua terra, local onde nasceram, para ir trabalhar.

Assim, havia realmente o desejo de formar um grupo de trabalho para ganhar dinheiro na própria terra.

A observação da idade que os membros tinham ao formar o grupo leva a acreditar que tinham muita força de trabalho e poucas ocupações com outras atividades, desta forma, desde o início focaram as suas energias para que aquele grupo de trabalho desse certo. Não se tratava de artesãs que já trabalhavam em teares há bastantes anos, mas sim pessoas novas que queriam aprender a tecer para, com essa atividade artesanal, criar a sua profissão.

Outro motivo que contribuiu para esse fato foi o financiamento por fundos suíços que obtiveram durante os primeiros anos de existência. Cada profissional ali envolvido, ao mesmo tempo que ensina, aprende, e essa troca, quando é bem aceite, eleva os benefícios dessa experiência.

O grupo trouxe para si duas das mais antigas tecedeiras da vila, para estas passarem conhecimentos sobre o fazer manual, buscando a sabedoria natural da região para fortalecer os seus conhecimentos.

Para esse sucesso contribuiu também, no ponto de vista da autora desta tese, a *designer* que fez a primeira intervenção no grupo, que tinha um grande conhecimento em tecelagem e que levou o grupo a um nível bem mais amplo na criação dos seus tecidos. O tempo desse acompanhamento realizado pela *designer* fez a diferença nesse processo de troca de conhecimento entre artesão e *designer*, havendo uma relação recíproca de interferência. A autora deste estudo conclui também que a intervenção do *design* no produto artesanal valoriza o produto, possibilitando uma maior inserção no mercado.

Muitos grupos julgam as formas de intervenções como exploração, falta de valorização, mas o grupo das Capuchinhas experimentou e valorizou cada aproximação. A aceitabilidade de todo o contacto com o grupo de artesanato, seja ele feito por *designer*, seja por um estudante em pesquisa, é valorizado por elas e, dessa forma, aprendem a cada oportunidade de divulgar, de aprender, e por esse motivo cresceram e se tornaram um grupo autossustentável.

A análise de dados poderá ser utilizada como referencial de pesquisa para o meio acadêmico e profissional, levando a que futuros *designers* tenham informações para desenvolver um trabalho mais assertivo ao se propor um trabalho junto de grupos de artesanato.

5.2. Perspetivas Futuras

Tendo como base os resultados obtidos neste trabalho, as seguintes sugestões para trabalhos futuros foram definidas:

- Elaboração de uma publicação com experiências de intervenções do *design* no artesanato Português, com o objetivo de compartilhar conhecimento com novos *designers* e com outros profissionais que tenham interesse em desenvolver trabalhos junto dos artesãos, servindo de referência para profissionais do *design* e do artesanato.
- Realizar mais pesquisas relacionando a formação do grupo e a sustentabilidade futura dos grupos;
- Aplicar o processo utilizado pelo projeto PRA-ITA em grupos artesanais Portugueses, por se considerar que o processo mais se assemelhou ao apresentado pelo autor Murray (2010), com o intuito de analisar e de comprovar as conclusões aqui levantadas.

BIBLIOGRAFIA

LIVRO IMPRESSO

Albino, C. (2017) *À procura de práticas sábias: design e artesanato na significação dos territórios*. Coimbra, CEARTE - Centro de Formação Profissional do Artesanato.

Barros, Maft (2016) *Guia de artesanato do norte de Portugal*. Bragança, Instituto Politécnico de Bragança.

Bártolo, J. e Barbosa, H. (2017) *Designers Portugueses*: João Nunes. Cardume Editores.

Bonsiepe, G. (2011) *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo Editado por Ed. Eduard Blucher.

Borges, A. (2011) *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. Editora Terceiro Nome.

Carniatto, IV (2008) *Gestão de design e artesanato: uma abordagem com base na pesquisa-ação*. Paraná, Universidade Federal do Paraná.

Castro, MN de. et al. (1998) *As médias do azul: formas e memórias da azulejaria*. Lisboa Instituto do Emprego e Formação Profissional.

Cipriano, R. (2015) “*Agricultura Lusitana*” em exposição no Eunique 2015 – Observador. Lisboa

Fernandes, IM (2006) *Bordado de Guimarães: renovar a tradição = Bordado de Guimarães: uma tradição renovada*. Guimarães, Campo das Letras.

Fernandes, IM et al. (2016) *Mulheres de Bucos: o trabalho da lã*. Cabeceiras de Basto, Editado pela Câmara Municipal Cabeceiras de Basto.

Fernandes, M. da S. (2010) *Estratégias para o desenvolvimento do artesanato contemporâneo na Madeira*. Madeira, Universidade da Madeira.

Ferreira, SF, Neves, M. e Rodrigues, C. (2012) *Design e Artesanato: um projeto sustentável*, Redige, 3, p. 24

Filgueiras, APA (2005) *Aspectos socioeconômicos do artesanato em - comunidades rurais no ceará - o bordado de Itapajé-CE*. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará.

Filipe, RA (2006) *Transposição dos Objectos Tradicionais para a Contemporaneidade*. Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa.

Lawson, B. (2011) *Como Arquitetos e Designers Pensam*. São Paulo, Editado por Oficina de textos.

Murray, R., Caulier-Grice, J. e Mulgan, G. (2010a) *Série de inovação social: modos de desenho, desenvolvimento e crescimento da inovação social*. Londres, Fundação Jovem.

Murray, R., Caulier-Grice, J. e Mulgan, G. (2010b) *O livro aberto da inovação social*. Londres, Fundação Jovem.

Oliveira, Ernesto Veiga de Galhano, F. e Pereira (1991) *O Linho, Tecnologia Tradicional Portuguesa*. 2ª edição. Lisboa: Centro de Estudo e Tecnologia Tradicional Portuguesa.

Oliveira, MLG (2006) *Bordado como assinatura: tradição e inovação do artesanato na comunidade de Barateiro - Itapajé / CE*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Perdigão, T. (2002) *Tesouros do Artesanato Português Têxteis*. Lisboa, Editorial Lisboa.

Pires, A. et al. (2009) *Fios: formas e memórias dos tecidos, rendas e bordados*. Instituto do Emprego e Formação Profissional.

Van Der Have, RP e Rubalcaba, L. (2016) 'Pesquisa em inovação social: uma emergente área da inovação estudos?', *Research Policy*, 45, pp. 1923-1935.

Yin, RK (2015) *Estudo de Caso, Planejamento e Métodos*. 5ª ed. Porto Alegre. Editado por Bookman.

CATÁLOGO

Ribeiro da Silva, EK (2009) 'Design e artesanato: um diferencial cultural na indústria do consumo | Catálogo Digital de Publicaciones DC', Encuentro Latinoamericano de Diseño.

PÁGINA NA INTERNET

Barroso, E. (2002) Designer Eduardo Barroso: Disponível em: http://eduardobarroso.blogspot.pt/p/blog-page_15.html (Data de acesso: 29 de setembro de 2017).

Braga, IM da S. (2004) "Bordado: identidade cultural e desenvolvimento humano". Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_disenho/articulos_pdf/A114.pdf (Data de acesso: 15 de setembro de 2017).

CRL de Capuchinhas (2006). Disponível em: <https://capuchinhas.blogspot.pt/2006/09/> (Data de acesso: 5 de março de 2018).

Cardoso, CA (2006) Trajes de Portugal: Beira Interior. Disponível em: <http://trajesdeportugal.blogspot.pt/2006/08/beira-interior.html> (Data de acesso: 9 de abril de 2018).

Cardoso, H. (sem data) Produto. Disponível em: <http://www.helenacardoso.soft-ready.com/pt/product/capa-do-rojar/13cap-rojar> Data de acesso: 12 de janeiro de 2019).

IBGE (2014) IBGE, Itapajé (CE). Prefeitura. 2014. Disponível em: <http://www.itapaje.ce.gov.br>. Acesso em: jan. 2014. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/itapaje/panorama> (Data de acesso: 4 maio 2018).

Íris D'arga (2012). disponível em: <http://irisdarga.blogspot.com/> (Data de acesso: 15 de fevereiro de 2019).

Mascêne, DC (2010) Atuação do SEBRAE no Artesanato, Sebrae. Brasília. Disponível em: <http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Artesanato/Termo de Referência Artesanato 2010.pdf> (Data de acesso: 10 de dezembro de 2018).

MatrizPix (2008) Património Cultural. Disponível em: <http://www.matrizpix.dgpc.pt/matrizpix/FichaTecnica.aspx> (Data de acesso: 24 de janeiro de 2019).

Moda Lisboa - Lisboa Fashion Semana - Filipe Faísca (2018) Moda Lisboa. Disponível em: https://modalisboa.pt/designers/filipe-faisca_14 (Data de acesso: 15 de fevereiro de 2019).

Pedro (2010) UNICEPE, Unicepe. Disponível em: http://www.unicepe.pt/quartas_5/q_241.html (Data de acesso: 15 de fevereiro de 2019).

República Portuguesa (2016) Bibliografia Nacional Portuguesa. Disponível em: <http://bibliografia.bnportugal.pt/bnp/bnp.exe/registo?1826189> (Data de acesso: 1 dezembro 2018).

Rosa (2014) Rosa Bordados: Bordado Tradicional, Blog Rosas Bordados. Disponível em: [http://rosabordados-ce.blogspot.pt/search/label/Bordado Tradicional](http://rosabordados-ce.blogspot.pt/search/label/Bordado+Tradicional) (Data de acesso: 2 maio 2018).

Sítio da Mata (2018) Flamboyant (Delonix regia) - Árvores - Espécies de Plantas Bambus, Sítio da Mata. Disponível em: <https://www.sitiodamata.com.br/especies-de-plantas/arvores-de-grande-porte/flamboyant-delonix-regia> (Data de acesso: 4 maio 2018).

UNESCO (1997) Internacional Simpósio em Artesanato e a Internacional Mercado: Comércio e Costumes Codificação. Manila, Filipinas. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488eo.pdf> (Data de acesso: 11 de janeiro de 2018).

ANEXO I: GUIÃO DE ENTREVISTA AOS ARTESÃOS



Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Entrevista de Investigação Científica

Artesão

Encontro-me a investigar sobre a intervenção do *designer* no artesanato.

O grupo a que pertence foi considerado como exemplo pertinente para o estudo, por esse motivo lhe dirijo este questionário.

Alertando, desde já, para a importância da sua resposta, e pela qual me deve considerar antecipadamente grata.

Informação sobre o entrevistado

1.Nome: _____

2.Grupo de artesanato a que pertence:

3. Porque o grupo recebeu esse nome:

3. Quantas pessoas fazem parte do grupo:

4.Localidade:

5.Nacionalidade:

()Portugal

Outros:_____

6.Idade: _____

7.Sexo do entrevistado: (marque com um X a opção correta)

() Masculino

() Feminino

8.Formação do entrevistado: (marque com um X a opção correta)

() Primeiro Ciclo Completo .

() Primeiro Ciclo Incompleto

() Segundo Ciclo.Completo

() Segundo Ciclo.Incompleto

() Terceiro Ciclo Completo

() Terceiro Ciclo .Incompleto

9.Rendimento mensal: (marque com X uma das opções).() 1/3 do salário mínimo () 1/2 do salário mínimo () 1 salário mínimo () 1 salário mínimo e meio () 2 salários mínimos () a cima de 2 salários

Informação sobre o grupo artesanal

10. Data de formação do grupo:_____

11. Como o grupo se formou:

12.O grupo teve alguma intervenção de Designer

() Sim

() Não

13. Em caso da resposta anterior ter sido sim. Quantas vezes ocorreram intervenção de Designer?

() 1

() 2

() 3

() mais de 3

14. Identificação do Designer:

A) Nome do Designer que realizou a intervenção:

Contato: _____

B) Nome do Designer que realizou a intervenção:

Contato: _____

C) Nome do Designer que realizou a intervenção:

Contato: _____

D) Nome do Designer que realizou a intervenção:

Contato: _____

—

15. Realizou diagnóstico antes de realizar a intervenção:

A)()Sim B)()Sim C)()Sim D)()Sim

()Não ()Não ()Não ()Não

16. Levantamento Iconográfico, pesquisa e a seleção das imagens da região que poderão ser utilizadas para desenvolvimento de novos produtos:

A)()Sim B)()Sim C)()Sim D)()Sim

()Não ()Não ()Não ()Não

17. Realizou oficinas de capacitação:

A)()Sim B)()Sim C)()Sim D)()Sim

()Não ()Não ()Não ()Não

18. Em caso positivo, indique quais oficinas foram realizadas:

19. Após a realização das oficinas quais as melhorias percebidas?

20. Houve acompanhamento do processo produtivo?

() Sim () Não

21. Foram criados novos produtos ou só melhoria dos produtos existentes?

22. Em caso de ter criado novos produtos, utilizou referências locais nos produtos criados?

() Sim () Não

23. Foram introduzidas novas técnicas de produção?

() Sim () Não

24. Foi realizado o aprimoramento das técnicas existentes?

() Sim () Não

25. Novas matérias-primas foram utilizadas?

() Sim () Não

26. Ocorreu transição de saberes artesanais por parte de mestres?

() Sim () Não

27. No caso de ter criado novos produtos, foi feito uso de referências culturais nesses produtos?

() Sim () Não

28. Como se deu cada intervenção dos *designers*:

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

ANEXO II: GUIÃO DE ENTREVISTA AOS *DESIGNERS*



Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Entrevista de Investigação Científica

Designer

Encontro-me a investigar sobre a intervenção do designer no artesanato.

O grupo a que pertence foi considerado como exemplo pertinente para o estudo, por esse motivo lhe dirijo este questionário.

Enfatizando, desde já, para a importância da sua resposta, e pela qual me deve considerar antecipadamente grata.

Informação sobre o entrevistado

1.Nome: _____

2.Está vinculado a alguma instituição? Em caso de sim qual?

() Sim () Não

3.Formação: _____

—

4.Nacionalidade:

() Portugal

Outros: _____

5. Idade e Sexo do entrevistado: (marque com um X a opção correta)

() Masculino

() Feminino

Idade: _____

Informação sobre o grupo artesanal

6. Nome do(s) grupo(s) em que realizou a intervenção:

7. Há quanto tempo está a fazer esse(s) trabalho(s) no(s) grupo(s):

8. Realizou algum trabalho de diagnóstico de competências, antes de realizar a intervenção?

A) () Sim

() Não

Em caso positivo
descreva _____

9. Realizou algum levantamento iconográfico e outra pesquisa e seleção de imagens e referências da região, para serem utilizadas no desenvolvimento de novos produtos?

A) () Sim

() Não

Em caso positivo
descreva _____

10. Realizou, ou sabe se foram realizadas por outras entidades/pessoas, algum tipo de “oficinas/ atividades de capacitação” do grupo de pessoas / artesãos?

A) () Sim

() Não

11. Em caso de ter participado neste trabalho, indique que tipos de oficinas/ atividades foram realizados. (descrição sumária...)

12. Após a realização das oficinas quais as melhorias/ alterações percebidas?

13. Houve acompanhamento do processo produtivo, depois da fase de formação/ capacitação?

() Sim

() Não

Quem o fez?

14. Foram criados outros produtos, além do que já produziam no grupo?

() Sim

() Não

Qual/quais?

15. Foram feitas melhorias em produtos existentes?

() Sim - em qual/quais produtos? _____

() Não

16. Em caso de ter criado novos produtos e ou melhoria nos produtos existentes, utilizou referências locais nos produtos criados?

PRODUTO 1: _____

() Sim () Não

PRODUTO 2 _____

()Sim ()Não

PRODUTO 3_____

()Sim ()Não

PRODUTO 4_____

()Sim ()Não

17. Novas técnicas de produção, foram introduzidas?

()Sim

()Não

Em que produtos?

18. Foi realizado o aprimoramento das técnicas existentes?

()Sim

()Não

Em que produtos/ como?

19. Novas matérias-primas foram utilizadas?

()Sim

()Não

Em que produtos/ como?

20. Ocorreu transição de saberes artesanais por parte de mestres artesãos?

() Sim

() Não

Em que produtos/?

21. No caso de ter criado novos produtos, foi feito uso de referências culturais nesses produtos?

() Sim

() Não

Em que produtos/?

O design do produto estava concluído ANTES de começar o trabalho ou foi concluído COM a colaboração dos artesãos?

22. Relate um pouco como se dá o seu trabalho junto aos grupos artesanais. (tentar propor /tópicos ou **algumas etapas – baseada nas suas referências** – para ajudar a organizar as ideias)
